

UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE - UNESC
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO – LINHA DE FORMAÇÃO ESPECÍFICA EM
COMÉRCIO EXTERIOR

RAMISIA MACHADO DE SOUZA CAETANO

A PARTICIPAÇÃO DA CHINA NO CONTEXTO INTERNACIONAL SOB A ÓTICA
DE EXECUTIVOS INTERNACIONAIS

CRICIUMA
2017

RAMISIA MACHADO DE SOUZA CAETANO

**A PARTICIPAÇÃO DA CHINA NO CONTEXTO INTERNACIONAL SOB A ÓTICA
DE EXECUTIVOS INTERNACIONAIS**

Monografia apresentada para a obtenção do Grau de Bacharel em Administração, no curso de Administração com Linha de Formação Específica em Comércio Exterior da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC – UNESC.

Orientador: Msc. Júlio César Zilli.

CRICIUMA

2017

RAMISIA MACHADO DE SOUZA CAETANO

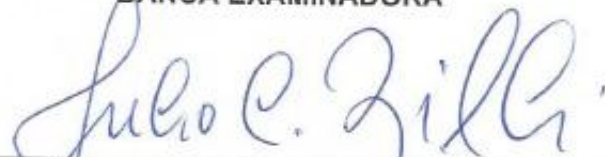
**A PARTICIPAÇÃO DA CHINA NO CONTEXTO INTERNACIONAL SOB A
ÓTICA DE EXECUTIVOS INTERNACIONAIS**

Monografia apresentada para a obtenção
do grau de Bacharel em Administração,
no Curso de Administração Linha de
Formação Específica em Comércio
Exterior da Universidade do Extremo Sul
Catarinense – UNESC.

Orientador: Prof. Me. Julio Cesar Zilli

Criciúma, 06 de junho de 2017.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Me. Julio Cesar Zilli - UNESC - Orientador



Profa. Adriana Carvalho Pinto Vieira - Doutora - UNESC



Prof. Dino Gorini Neto - Mestre - UNESC

CRICIÚMA

2017

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, por ser a força que move minha vida, ao meu esposo por todo apoio e carinho, não medindo esforços para que eu alcançasse esta conquista valiosa e a todos os professores da universidade que contribuíram para o meu processo de aprendizagem na vida acadêmica.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente gostaria de agradecer a Deus, o mestre da vida, por dar força e saúde para superar os obstáculos e permitir transformá-los em aprendizagem.

Agradeço também de coração, meu esposo, Maycon Feliciano Caetano, por estar sempre presente, ouvindo, aconselhando e apoiando em todos os momentos. Obrigada por fazer parte da minha vida.

Muito obrigado aos meus pais, Edgar Machado de Souza e Maria das Graças Schmitz, por terem me dado a vida, a todos os ensinamentos, que contribuíram para a formação dos princípios morais e éticos pessoais.

Gratidão a todos os familiares, em especial meu sogro Adecir Manoel Caetano, e minha sogra Nilcéia Feliciano Caetano, que contribuíram de alguma forma, para que alcançasse meus objetivos.

Um imenso agradecimento ao meu orientador, Júlio César Zilli, por sua maestria, experiência e dedicação, guiando-me neste momento da graduação. Muito obrigada por seu profissionalismo, *jus* a titulação que possui.

Obrigada a todos os professores da universidade, pelos ensinamentos e experiência profissional repassados, que contribuíram para minha formação acadêmica.

Por fim, gostaria de agradecer a todos os envolvidos na pesquisa, possibilitando torná-la viável.

“O valor fundamental da vida depende da percepção e do poder de contemplação ao invés da mera sobrevivência”

- Aristóteles.

RESUMO

CAETANO, Ramisia Machado de Souza. **A participação da china no contexto internacional sob a ótica de executivos internacionais**. 2017. 116 páginas. Monografia do Curso de Administração – Linha de Formação Específica em Comércio Exterior, da Universidade do Extremo Sul Catarinense – UNESC.

O desenvolvimento da China nas últimas décadas transformou-a na segunda maior potência econômica mundial e um participante relevante nas negociações internacionais, tornando-se o principal parceiro comercial de 120 países, proporcionando um crescimento quase simultâneo. Diante disso, o estudo objetivou identificar a percepção de executivos internacionais perante a participação da China no contexto internacional. Metodologicamente, por meio de uma abordagem qualitativa, caracterizou-se como uma pesquisa descritiva, quanto aos fins, e, bibliográfica e de campo, quanto aos meios de investigação. O estudo caracterizou-se por coleta de dados primários, com a aplicação de um questionário enviado via e-mail, para executivos internacionais, por meio de disponibilidade de contato. A análise dos dados foi essencialmente qualitativa. Verificou-se que os executivos possuem/já possuíram relação comercial com a China, com plena experiência de vida e no mercado internacional. Por intermédio das suas concepções pode-se concluir que a China desempenha um papel importante e com forte influência perante o mercado internacional, com sua política fomentada para o crescimento das economias. No entanto, da mesma forma que possui fatores que contribuem para o desenvolvimento econômico mundial, também apresenta deficiências, uma vez que torna para os outros países uma participação ameaçadora, oferecendo um conjunto de elementos implantados por sua política que participa ativamente no desenvolvimento econômico mundial.

Palavras-chave: Desenvolvimento. China. Executivos Internacionais.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1- Evolução da corrente de comércio mundial, 1994-2014	20
Figura 2- Entrada de IED por grupo da economia mundial, 1995-2014 (US\$ bilhões)	23
Figura 3- Ciclo das três Leis de Malthus	26
Figura 4- Variáveis formadoras do valor dos bens	28
Figura 5- Pontos que demandavam a formação dos preços e o equilíbrio do mercado	30
Figura 6- Influência da taxa de juros na economia.....	30
Figura 7- Etapas do processo de negociação	33
Figura 8- Produto Interno Bruto da China, 2000-2016 (%).....	38
Figura 9- Exportações, 2005-2015 (US\$ bilhões)	39
Figura 10- Grupos de produtos exportados pela China, 2014 (%)	41
Figura 11- Importações, 2005-2015 (US\$ bilhões)	42
Figura 12- Grupos de produtos importados pela China, 2014 (%)	44
Figura 13- Saldo da balança comercial, 2005-2015 (US\$ bilhões)	45
Figura 14- Intercâmbio comercial Brasil-China, 2006-2015 (US\$ bilhões).....	47
Figura 15- Corrente comercial Brasil-China, 2006-2015 (US\$ bilhões).....	48
Figura 16- Participação do Brasil no comércio da China, 2010-2014 (US\$ bilhões)	48
Figura 17- Grupos de produtos exportados pelo Brasil para a China, 2015 (%)	49
Figura 18- Grupos de produtos importados pelo Brasil da China, 2015 (%)	50
Figura 19- Área delimitada da população alvo para o estudo proposto	59

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Estudo das relações econômicas.....	19
Quadro 2- Modalidades de negociações comerciais do comércio internacional	19
Quadro 3- Principais países exportadores e importadores de serviços, 2014	20
Quadro 4- Principais países exportadores e importadores de mercadorias, 2014..	21
Quadro 5- Concepções das principais teorias econômicas.....	24
Quadro 6- Principais pontos e procedimentos que levam as nações a riqueza	25
Quadro 7- Temas abordados por David Ricardo.....	27
Quadro 8- Três principais pontos para compreensão da Teoria de Compensação	28
Quadro 9- Instrumentos que estimulam a atividade econômica.....	31
Quadro 10- Fatores da economia e seus componentes dependentes	32
Quadro 11- Composição e ações das etapas de negociação	34
Quadro 12- Principais atributos para atuação no mercado internacional	35
Quadro 13- Principais destinos das exportações da China, 2014 (US\$ bilhões)	40
Quadro 14- Principais origens das exportações da China, 2014 (US\$ bilhões).....	43
Quadro 15- Motivações que envolvem a relação sino-Brasileira	46
Quadro 16- Cronologia das relações bilaterais Brasil x China	53
Quadro 17- Principais referências bibliográficas utilizadas no marco teórico.....	57
Quadro 18- Objetivos específicos <i>versus</i> estrutura da pesquisa	63
Quadro 19- Perfil de executivos internacionais	64
Quadro 20- Perfil da experiência de executivos no mercado internacional.....	65
Quadro 21- Perfil da experiência de executivos no mercado internacional.....	66
Quadro 22- China no contexto internacional	68
Quadro 23- Participação do governo chinês	70
Quadro 24- Quanto a política fiscal e monetária.....	72
Quadro 25- Quanto a pauta exportadora e importadora	74
Quadro 26- Fator dependência comercial	77
Quadro 27- Oportunidade do mercado chinês no contexto internacional	79
Quadro 28- Desafio que a presença da China proporciona ao M.I	81
Quadro 29- Posicionamento da China, oportunidades e desafios em cada ramo...	83
Quadro 30- Impacto do custo da mão-de-obra chinesa no mercado internacional .	86
Quadro 31- Fatores relevantes para as empresas investirem na China	88
Quadro 32- Desenvolvimento da China para os próximos anos	90

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ALCA	Acordo de Livre Comércio
APEC	Cooperação Econômica Ásia-Pacífico
APEX BRASIL	Agência Brasileira de Promoção de Exportações e Investimentos
APTA	Acordo Comercial Ásia-Pacífico
ASEAN	Associação das Nações do Sudeste Asiático
ASEM	Diálogo Ásia-Europa
BRICS	Brasil, Rússia, Índia, China e África do Sul
CBERS	Satélite sino-Brasileiro de Recursos Terrestres
CELAC	Comunidade de Estados Latino-Americanos e Caribenhos
COMEX	Câmara de Comércio Exterior
COSBAN	Comissão sino-Brasileira de Alto Nível
EUA	Estados Unidos da América
IED	Investimento Externo Direto
IDE	Investimento Direto Externo
OMC	Organização Mundial do Comércio
PIB	Produto Interno Bruto
UNCTAD	United Nation Conference on Trade and Development
WTO	<i>World Trade Organization</i>
ZEEs	Zonas Econômicas Especiais

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA	15
1.2 OBJETIVOS	16
1.2.1 Objetivo geral	16
1.2.2 Objetivos específicos	17
1.3 JUSTIFICATIVAS	17
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1 ECONOMIA INTERNACIONAL	18
2.2 TEORIAS ECONÔMICAS	23
2.2.1 Teoria econômica clássica	23
2.2.1.1 Adam Smith	23
2.2.1.2 Thomas Robert Malthus	25
2.2.1.3 David Ricardo	27
2.2.1.4 Jean Baptiste Say	27
2.2.2 Teoria econômica neoclássica	29
2.2.2.1 Alfred Marshall	29
2.2.2.2 Joseph Alois Schumpeter	30
2.2.3 Teoria econômica keynesiana	31
2.2.3.1 Jonh Maynard Keynes	32
2.3 NEGÓCIOS INTERNACIONAIS	32
2.3.1 Executivos internacionais	34
2.4 A CHINA E O MERCADO INTERNACIONAL	36
2.4.1 Exportações	38
2.4.2 Importações	41
2.4.3 Saldo da balança comercial	44
2.5 RELAÇÃO COMERCIAL China <i>versus</i> Brasil	45
2.5.1 Composição das exportações brasileiras para a China	49
2.5.2 Composição das importações brasileiras originárias da China	50
2.5.3 Acordos internacionais	51
2.5.4 Perspectivas de crescimento	53
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	55
3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA	55

3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO ALVO.....	59
3.3 PLANO DE COLETA DOS DADOS	60
3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS.....	61
4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA	63
4.1 PERFIL DE EXECUTIVOS INTERNACIONAIS	64
4.2 PERFIL DA EXPERIÊNCIA DE EXECUTIVOS NO MERCADO INTERNACIONAL.....	65
4.3 PERCEÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DA CHINA NO CONTEXTO INTERNACIONAL.....	67
4.3.1 Política externa: percepção quanto a presença da China	67
4.3.1.1 Percepção da China no contexto internacional.....	67
4.3.2 Política externa: percepção quanto a participação do governo	70
4.3.3 Política externa: percepção quanto a política fiscal e monetária.....	72
4.3.4 Política externa: percepção quanto a pauta exportadora e importadora	76
4.3.5 Política externa: percepção quanto a dependência comercial.....	79
4.3.6 Oportunidades e desafios: percepção quanto a presença da China.....	79
4.3.6.1 Oportunidades do mercado chinês no contexto internacional.....	79
4.3.6.2 Desafios enfrentados devido a presença da China no contexto internacional.....	81
4.3.6.3 Posicionamento chinês, oportunidades e desafios enfrentados devido a presença da China, no ramo de atuação de cada executivo.....	83
4.3.7 Desenvolvimento e perspectivas: percepção quanto a presença da China.....	85
4.3.7.1 Impacto do custo da mão-de-obra chinesa no contexto internacional.....	85
4.3.7.2 PRINCIPAIS FATORES RELEVANTES QUE FAZ AS EMPRESAS OPTAREM EM INVESTIR NA CHINA.....	87
4.3.7.3 PERCEÇÃO PERANTE O DESENVOLVIMENTO DA CHINA PARA OS PRÓXIMOS ANOS.....	89
5 CONCLUSÃO	92
REFERÊNCIAS	95
APÊNDICE.....	104

APÊNDICE A- Questionário aplicado junto aos executivos internacionais (versão português)	105
APÊNDICE B- Questionário aplicado junto aos executivos internacionais (versão inglês).....	109
APÊNDICE C- Questionário aplicado junto aos executivos internacionais (versão espanhol).....	113

1 INTRODUÇÃO

Contextualizando a globalização, no âmbito do comércio exterior atual, identifica-se que as economias buscam o fortalecimento, deixando a competição de ser um fator superficial e tornando-se algo inevitável, onde os países adaptam-se às suas diferenças, juntando-se em blocos comerciais, formando parcerias para negociações estrategicamente entre si (MARTINELLI, 2002).

Dentro desse cenário, na negociação ocorrem acordos entre os diferentes interesses, fazendo parte da realidade de pessoas e empresas. Assim, a negociação é um interminável intercâmbio voluntário para satisfação de valores, interesses e objetivos de cada uma das partes: de quem vende e de quem compra (LUDOVICO, 2012).

Deste modo, as empresas menos preparadas para a negociação sentirão o peso da globalização devido à facilidade de acesso que se tem às informações. Com isso, para manter e conquistar novos parceiros faz-se necessário o conhecimento do cenário com o qual irá negociar, já que é um fator de imensa importância para bons resultados (MARTINELLI, 2002).

Consequentemente, para que haja um bom envolvimento das partes, é de extrema importância o uso da informação e do poder, pois aquele que possui o poder da informação está à frente de muitos outros no mercado, estes dois fatores são elementos chaves na questão da negociação. No entanto, para se ter um relacionamento duradouro na negociação com um país é preciso sempre analisar uma forma para que todos os envolvidos saiam satisfeitos (MARTINELLI; VENTURA; MACHADO, 2004).

Martinelli (1998) acrescenta ainda que, por meio do uso da informação considera indispensável o conhecimento do perfil dos negociadores, visto que dessa forma desenvolvem-se habilidades que facilitam a formação de vínculos entre os países onde enfrentam-se diferentes situações durante uma negociação, pois, ao conhecer o estilo da outra parte envolvida é possível prever suas ações.

Diante disto, o autor expõe que os países emergentes têm ganhado destaque nessa estrutura de união, passando a impactar as relações econômicas mundiais. Em especial, a China, que tem chamado atenção do mundo todo, em relação ao seu crescimento e ao aumento de sua inserção internacional (MARTINELLI, 2002).

Na década de 2000, a China transformou-se em líder no dinamismo por ser um milagre asiático, uma vez que deixou de ser fenômeno regional convertendo-se em fenômeno mundial, ultrapassando fronteiras do espaço geográfico asiático. Tornando-se assim o principal produtor e exportador mundial de manufaturas e importante mercado consumidor de máquinas e equipamentos da Europa e dos países asiáticos mais desenvolvidos, bem como de matérias-primas de países da América Latina, da África e da Ásia em desenvolvimento. Passando a alterar a divisão internacional do trabalho e ser considerada a fábrica do mundo (LEÃO; PINTO; SILVA, 2011).

Desta forma, o presente estudo tem como objetivo identificar a percepção de executivos internacionais perante a participação da China no contexto internacional.

A estrutura da monografia é composta por cinco capítulos, no qual, o primeiro destaca a introdução, situação problema, os objetivos geral e específicos e a justificativa para o desenvolvimento da pesquisa. No segundo capítulo encontra-se a fundamentação teórica, destacando os autores e as publicações mais relevantes em relação ao tema em estudo. Os procedimentos metodológicos constituem o terceiro capítulo.

No quarto capítulo destacam-se os dados coletados e a análise com o objetivo de responder a pergunta de pesquisa apresentada no estudo. Finalizando o trabalho, encontram-se a conclusão, as referências e os apêndices contendo o instrumento de coleta de dados.

1.1 SITUAÇÃO PROBLEMA

O desenvolvimento chinês, que em três décadas transformou a China na segunda potência econômica mundial, fez que o país também se projetasse em nível global e tornasse um participante relevante nas questões internacionais. Associa-se esta ascensão aos demais países emergentes e em desenvolvimento, ocasionando uma perspectiva de mudança sem precedentes na ordem internacional, com uma grande redução do limite que separa os países em desenvolvimento dos países desenvolvidos (LEÃO; PINTO; SILVA, 2011).

De acordo com Leão; Pinto e Silva (2011), as negociações com a China desempenham um papel relevante para a economia, pois possibilitaram um crescimento quase simultâneo em diversos países das mais variadas regiões do mundo. Destacando que, a amplitude das relações internacionais entre a China e diversos países e regiões, dentre eles: Brasil, África do Sul, América do Sul e EUA que envolvem questões econômicas, políticas e socioculturais, resultaram em um sistema internacional complexo em virtude dos inúmeros fatores que envolvem a negociação. Essa ampliação das relações origina simultaneamente, tanto pontos fortes quanto deficiências para estes países que precisam ser bem compreendidas, sobretudo, no que diz respeito aos efeitos sobre o Brasil.

Desta forma, nas negociações internacionais os executivos se deparam com diversos obstáculos, dentre eles: a cultura, as leis e as práticas comerciais. Havendo, assim, a necessidade de buscar o conhecimento das informações sobre o país que se pretende negociar, almejando atingir os objetivos pretendidos (MARTINELLI; VENTURA; MACHADO, 2004).

Neste contexto, este estudo pretende responder a seguinte pergunta de pesquisa: **Qual a percepção de executivos internacionais perante a participação da China no contexto internacional?**

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Identificar a percepção de executivos internacionais perante a participação da China no contexto internacional.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Caracterizar o perfil e a experiência profissional de executivos no mercado internacional.
- b) Destacar a percepção de executivos internacionais perante a política externa da China;
- c) Apresentar as oportunidades e desafios da presença da China nos negócios internacionais;

- d) Demonstrar as expectativas para o desenvolvimento da China para os próximos anos.

1.3 JUSTIFICATIVA

Este estudo teve como foco identificar a percepção de executivos internacionais perante a participação da China no contexto internacional. Desta forma, os resultados obtidos são importantes para todos que fazem ou desejam fazer parte deste meio, apresentando através das experiências, as opiniões/visões de executivos que vivenciam neste ambiente de negociação com a China.

Neste sentido, afirma-se a relevância do estudo, para a pesquisadora em questão, devido ser um desafio ao tema proposto na pesquisa, uma vez que buscou correlacionar o levantamento bibliográfico aos resultados da pesquisa aplicada em um ambiente externo; para a universidade através do contexto que compõe a estrutura da monografia, possibilitando seu uso para posteriores estudos e consultas; para empresas e os executivos, no qual, por meio das informações e dados apresentados, poderão utilizá-los para entender a relevância dos fatores para uma boa negociação e implantar no seu âmbito empresarial.

Diante do que foi mencionado, o estudo é oportuno uma vez que o país em questão possui uma grande participação e uma forte influência no âmbito internacional, portanto, buscou-se ampliar os assuntos relacionados a “economia, negociações e acordos internacionais”, bem como, voltados “a relação da China com mundo e com o Brasil”, unificando todo este contexto, aos “executivos internacionais” que atuam neste âmbito.

O estudo tornou-se viável devido a abundante fonte bibliográfica, a devida a troca de informações dos executivos perante o mercado em questão com a pesquisadora. Visto que os resultados apresentados se remetem às informações obtidas a partir da visão de executivos internacionais perante a participação da China nas negociações internacionais.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

A construção da fundamentação teórica de uma pesquisa consiste no embasamento teórico, por meio do levantamento de diversos autores relacionados com o foco do estudo, servindo assim, como base para a análise e interpretação dos dados (SILVA; GODOI; MELLO, 2006).

Com o objetivo de analisar a percepção de executivos internacionais perante a participação da China nos negócios internacionais, a estrutura da fundamentação teórica foi elaborada abarcando o cenário de expansão da economia internacional e suas principais teorias econômicas, assim como, o contexto que envolve as negociações internacionais e os executivos que nela atuam, aprofundando e direcionando os assuntos ao país objeto de estudo, a China.

2.1 ECONOMIA INTERNACIONAL

A economia internacional é o ramo da economia que estuda a circulação de bens e serviços entre diferentes nações (SILVA, 1988). Assim, o estudo da economia internacional, tem como foco no processo decisivo, examinando: *i)* a maneira na qual os recursos escassos de um país supram as necessidades de uma economia; *ii)* a forma com que as exportações e importações influenciam nos bens e no bem-estar da sociedade; *iii)* a distribuição de renda e emprego; *vi)* o crescimento e a estabilidade de preços; *v)* como a política pública pode afetar o resultado (FIELD JUNIOR; APPLEBYARD; COBB, 2008).

Baumann e Gonçalves (2015) citam que há um método de análise da economia internacional, “o estudo das relações econômicas”, que se divide em dois grandes ramos, cada qual com sua importância e tema de estudo abordado: *i)* a análise das relações comerciais internacionais e; *ii)* a análise das relações financeiras internacionais entre os países, apresentadas no Quadro 1.

Assim, a importância da análise do comércio internacional torna-se essencial, pois o mercado é uma força determinante de assuntos econômicos e políticos que são necessários para entender o funcionamento, a posição e a evolução da economia global (GILPIN, 2002).

Quadro 1- Estudo das relações econômicas.

FATORES	ANÁLISE DAS RELAÇÕES COMERCIAIS INTERNACIONAIS	ANÁLISE DAS RELAÇÕES FINANCEIRAS INTERNACIONAIS
Modelo	Avançado e completo.	Avanço geral da própria ciência econômica.
Domínio	Duradouro.	Recente, fruto da importância que as transações financeiras assumiram nas últimas décadas.
Segmentos	Intervenções políticas e econômicas; Respeito das relações com o resto do mundo; Consequências sobre as riquezas produtivas internas de cada país; e Limitações do cenário que o movimento internacional proporciona.	Análise da proporção dos prazos; Análise de variáveis financeiras; e Priorização em grande medida das trajetórias de ajustes financeiros.
Temas de estudo	Lucro/prejuízo; Padrões de comércio; e Protecionismo comercial	Balança de pagamentos; Determinação da taxa de câmbio; Coordenação da política internacional; e Mercado internacional de capitais.

Fonte: Elaboração própria a partir de Baumann e Gonçalves (2015) e Chacholiades (1992).

Um dos fatores a serem interpretados dentro do contexto do comércio internacional, são as negociações de mercadorias entre os países, denominadas exportações e importações, conceituadas no Quadro 2.

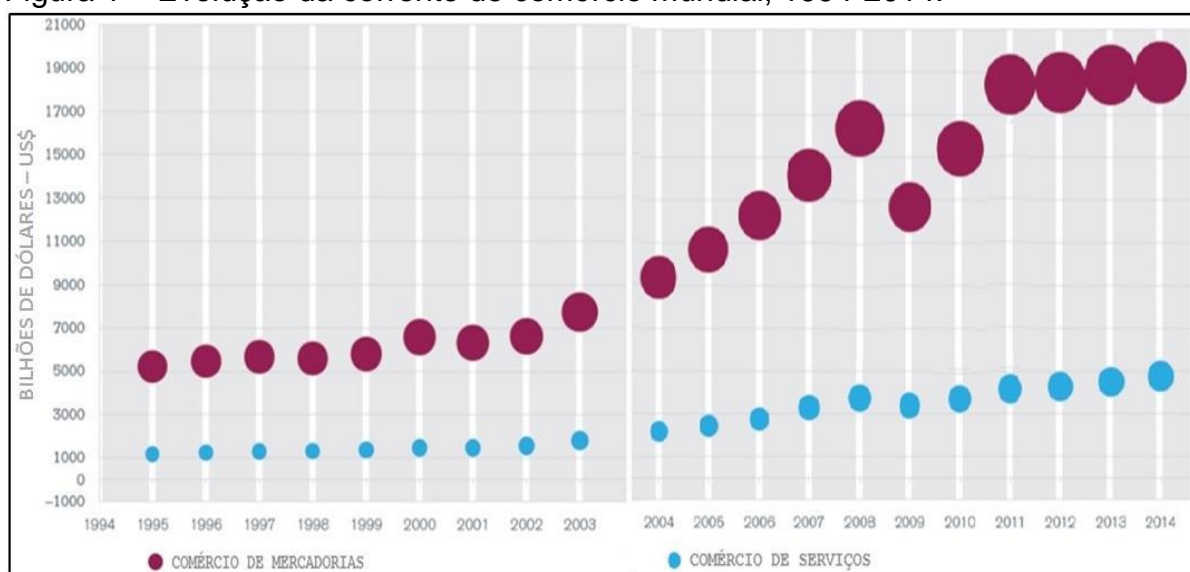
Quadro 2- Modalidades de negociações comerciais do comércio internacional.

MODALIDADE	CONCEITO	TIPOS DE BENS E SERVIÇOS
Exportação	Venda produto ou serviço para o exterior, partindo da base do país de origem ou de um terceiro.	Comércio de produtos acabados e bens intermediários, como matéria prima e componentes.
Importação	Aquisição de bens ou serviços do exterior para uso no país de origem ou em um terceiro.	

Fonte: Elaboração própria a partir de Cavusgil, Knight e Riesenberger (2010, p. 4).

Com base nesse contexto, a Figura 1 apresenta a evolução do comércio mundial de mercadorias e comércio de serviços, dos últimos vinte anos. Observa-se que o fluxo de comércio de mercadorias foi sempre maior que o de fluxo de comércio de serviços. Entre os anos de 1990 a 2000, as transações comerciais permaneceram estáveis. Seguindo por um forte aumento de 2002 a 2008, marcado por alguns fatores econômicos: *i*) aumento de preço das commodities; *ii*) adesão da China na OMC, em Dezembro de 2001; *iii*) introdução de moeda EURO em 2002; e *iv*) demanda chinesa por recursos naturais contribuiu para o aumento do preço do petróleo bruto e de outras commodities primárias (WTO, 2015).

Figura 1 – Evolução da corrente de comércio mundial, 1994-2014.



Fonte: Adaptado de *World Trade Organization - WTO* (2015).

Após o exponente crescimento a economia ficou marcada pela crise financeira em 2008, desencadeada pela crise dos empréstimos nos EUA. Na sequência da crise, o comércio caiu bruscamente em 2009, no qual o valor das exportações mundiais despencou 12%, enquanto o produto interno bruto (PIB) mundial caiu 2%. Em 2010 as exportações recuperaram-se, com dificuldade, marcada pela instabilidade política do preço do petróleo. A partir de 2011, a crise da dívida europeia pesou fortemente sobre o crescimento mundial, pesando em um crescimento de apenas 1% de 2012 a 2014 (WTO, 2015).

Dentre todos os países que apresentam participação nas exportações e importações no comércio mundial de serviços comerciais, dez destes ganham destaque no *ranking*, destacados no Quadro 3.

Quadro 3 - Principais países exportadores e importadores de serviços (2014).

(Continua)

EXPORTADORES	VALOR (US\$)	RANKING	IMPORTADORES	VALOR (US\$)
Estados Unidos	688 bilhões	1	Estados Unidos	452 bilhões
Reino Unido	337 bilhões	2	China	382 bilhões
França	267 bilhões	3	Alemanha	326 bilhões
Alemanha	266 bilhões	4	França	248 bilhões
China	232 bilhões	5	Reino Unido	197 bilhões
Holanda	187 bilhões	6	Japão	190 bilhões
Japão	158 bilhões	7	Holanda	156 bilhões

Quadro 3 - Principais países exportadores e importadores de serviços (2014).
(Conclusão)

EXPORTADORES	VALOR (US\$)	RANKING	IMPORTADORES	VALOR (US\$)
Índia	156 bilhões	8	Índia	147 bilhões
Singapura	140 bilhões	9	Irlanda	142 bilhões
Espanha	134 bilhões	10	Singapura	141 bilhões

Fonte: Adaptado de *World Trade Organization* - WTO (2015).

Já o Quadro 4 apresenta os países com maior participação nas exportações e importações no comércio mundial de mercadorias, dez destes ganham destaque no *ranking*.

Quadro 4- Principais países exportadores e importadores de mercadorias (2014).

EXPORTADORES	VALOR (US\$)	RANKING	IMPORTADORES	VALOR (US\$)
China	2,342 bilhões	1	Estados Unidos	2,413 bilhões
Estados Unidos	1,621 bilhões	2	China	1,959 bilhões
Germânia	1,508 bilhões	3	Germânia	1,216 bilhões
Japão	684 bilhões	4	Japão	822 bilhões
Holanda	672 bilhões	5	Reino Unido	684 bilhões
França	583 bilhões	6	França	678 bilhões
República da Coreia	573 bilhões	7	Hong Kong	601 bilhões
Itália	529 bilhões	8	Holanda	588 bilhões
Hong Kong	524 bilhões	9	República da Coreia	526 bilhões
Reino Unido	506 bilhões	10	Canadá	475 bilhões

Fonte: Adaptado de *World Trade Organization* - WTO (2015).

Por meio de uma análise dos Quadros 3 e 4, destaca-se que os EUA e a China apresentam uma maior participação na movimentação da economia mundial. Desta forma, pode-se observar tanto na composição de mercadorias quanto de serviços que 26,2% das exportações e 19,7% das importações está compondo a importâncias da participação dos dois países nas transações comerciais (WTO, 2015).

Apesar de o seu valor absoluto ser menor, as transações de serviços têm apresentado na economia uma maior crescimento em relação às transações de mercadorias, enquanto em 2014 as transações de mercadorias aumentaram 0,5%, o comércio de serviços demonstrou um crescimento significativo de 5%, relacionado ao ano anterior (WTO, 2015).

O fator impactante para tal desempenho de crescimento em um ramo que embora apresente um valor bem menor: US\$ 4,872 bilhões em 2014, frente a US\$ 19,002 bilhões, expõem as dificuldades as quais o comércio de serviços está sujeito, pois determinadas atividades do ramo do transporte, hotelaria, varejo e outros segmentos não tem como serem exportadas (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010).

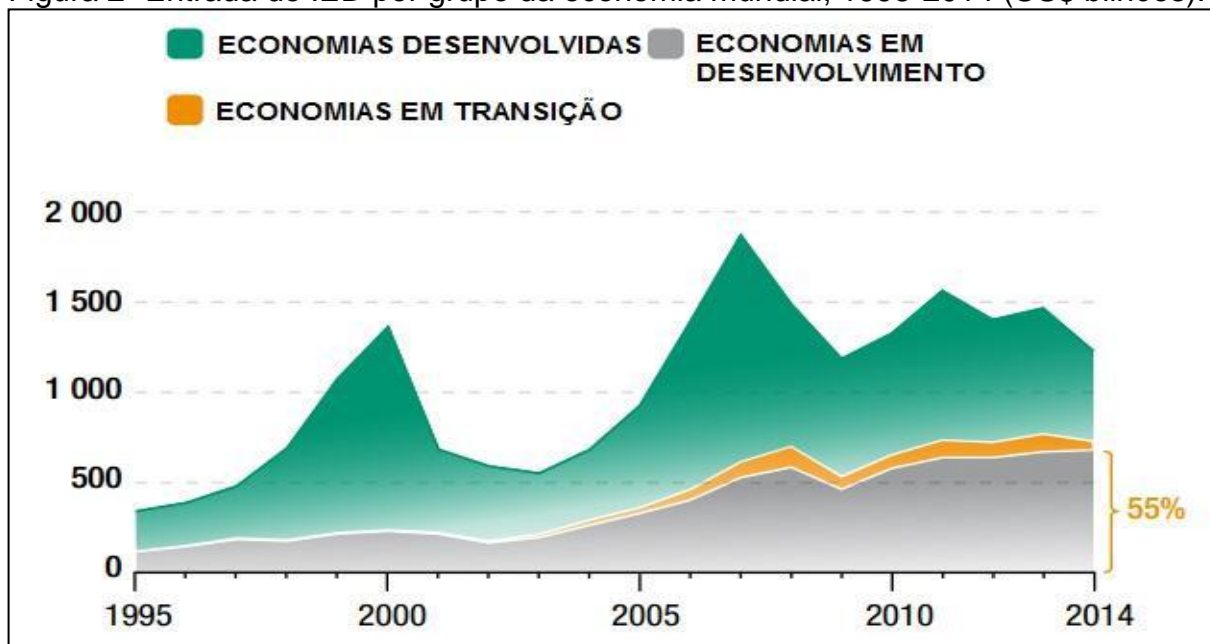
A maneira na qual as empresas encontraram para oferecer estes serviços através de suas fronteiras, ocorreu por meio do Investimento Externo Direto (IED), um sistema em que a empresa se desloca até o exterior havendo uma troca de recursos, estes que envolvem: tecnologia, infraestrutura, e talento gerencial (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERGER, 2010).

Dentro deste contexto, o IED pode fazer parte da estratégia de desenvolvimento de um país/região, conforme a Figura 2 apresenta a entrada de IED nos grupos da economia mundial, do ano de 1995 a 2014. No processo de crescimento dos investimentos, ocorreu em dois períodos distintos.

O primeiro, do início da década de 1990 até 1999, em um momento de maior abertura econômica quando houve uma consolidação dos programas de privatização na região. E o segundo período, a partir de 2003/2004, em um momento de aumento dos preços das commodities internacionais e aceleração do ritmo de crescimento (WTO, 2015).

Em meados de 2010, os fluxos de IDE para os países em desenvolvimento e em transição foram maiores do que os fluxos para os países desenvolvidos. Fato que também se repetiu nos anos de 2011 e 2012. Esses resultados não aconteceram por acaso. Em um cenário de menor crescimento das economias desenvolvidas, as economias em desenvolvimento e em transição apresentaram condições mais atraentes para a realização de IDE. Com maior crescimento, aumento do mercado consumidor, abertura comercial, custos de produção mais baixos e a possibilidade de exploração de recursos naturais (UNCTAD, 2015).

Figura 2- Entrada de IED por grupo da economia mundial, 1995-2014 (US\$ bilhões).



Fonte: Adaptado de UNCTAD (2015).

Um dos fatores gerador do crescimento de IED, volta-se a escolha da instalação da produção, processo que faz parte da estratégia do produto, dando ênfase na diferenciação do produto, classificando-se em dois tipos: *i*) IED horizontal, quando a matriz e filial produzem bens similares, e; *ii*) IED vertical, quando a empresa produz matérias-primas ou insumos no exterior (CAVES, 1971). Assim, a próxima seção traz a teoria econômica clássica que ficou caracterizada por analisar o sistema econômico principalmente no âmbito da produção.

2.2 TEORIAS ECONÔMICAS

As teorias econômicas nada mais são do que compreensões realizadas através da observação dos fatos, baseadas na seleção de propriedades e suas relações, feitas por grandes pensadores (ALBUQUERQUE, 1973). Tem como objetivo alocar os recursos da melhor forma, no sentido de evitar desperdícios e alcançar o bem-estar para as unidades econômicas de maneira igualitária (CARVALHO, 2014).

A economia como ciência fortaleceu-se no ano de 1766, com o advento da Teoria Econômica Clássica, sendo que todas as teorias posteriores aprimoraram ou discordaram de seus preceitos (MARTINS, 2003). Contextualizados no Quadro 5, a primeira teoria tornou-se referência para a compreensão dos fenômenos

econômicos e, desta forma, partindo da Teoria Econômica Clássica, Teoria Neoclássica e Keynesiana.

Quadro 5- Concepções das principais teorias econômicas.

TEORIAS ECONÔMICAS	CONCEPÇÕES
Clássica	Analisa e mostra os fatos estilizados do desenvolvimento capitalista.
Neoclássica	Estuda o equilíbrio de uma economia abstrata de mercado.
Keynesiana	Explica o funcionamento em curto prazo dos grandes agregados econômicos e quais instrumentos utilizar para conduzir a política macroeconômica.

Fonte: Elaboração própria a partir de Pereira (2003).

Ambas são contextualizadas nas próximas subseções.

2.2.1 Teoria econômica clássica

Definindo os contornos da teoria econômica clássica, ficando caracterizada por analisar o sistema econômico principalmente no âmbito da produção e numa perspectiva de longo prazo (KURZ, 1995). Os economistas clássicos afirmavam que “[...] o sistema econômico funcionava sob lei de tendência à igualação das taxas de lucro nos diferentes setores e ramos da economia” (PRADO, 2001, p.2).

Desta forma, os capitais saíam dos ramos com taxa de lucro mais baixa, para entrar naqueles com taxas acima da média, os empresários capitalistas buscavam com persistência a valorização de seus capitais no mais alto nível, devido a esta alta mobilidade do capital, ocasionava também mobilidade de força e de serviço, fator gerador da tendência para diversos setores, resultando na uniformização das taxas de lucro e das remunerações dos demais agentes de produção. Tornando a mobilização dos empresários como fatores determinantes dos preços do mercado e das condições do processo econômico (PRADO, 2001).

A subseção a seguir destaca as mais variadas teorias dos principais economistas, que marcaram a época da economia clássica.

2.2.1.1 Adam Smith

Em suma, Smith elabora suas teorias com base em um ambiente de concorrência, por isso criticava o Mercantilismo que criava barreiras de

protecionismo no comércio entre as nações, pois defendia que para os países enriquecerem era essencial manter parcerias comerciais, divisão do trabalho e o liberalismo econômico (BATISTA, 2012).

Segundo uma de suas principais obras, o livro “A Riqueza das Nações: investigação sobre sua natureza e suas causas” (1776), o autor retrata de que forma as nações poderiam se desenvolver economicamente em bases capitalistas. No Quadro 6 são explanados os principais pontos que levam as nações à riqueza.

Quadro 6- Principais pontos e procedimentos que levam as nações a riqueza.

PRINCIPAIS PONTOS	PROCEDIMENTOS
Divisão do trabalho	Trabalho sistematizado. Tarefas repetitivas. Aumento na capacidade de produção. Prática levava especialização da mão-de-obra.
Harmonia dos interesses	Indivíduos na busca do interesse próprio. Ambiente de concorrência. Estímulo da competitividade entre os agentes econômicos. Benefício para toda a economia. Parcerias comerciais enriquecem os países.
Governo limitado	Desempenhar o papel de apoiar a livre concorrência. Estado defender o território e a administração da justiça. Financiamento das atividades pela cobrança de impostos.

Fonte: Elaboração própria a partir de Smith (1996) e Batista (2012).

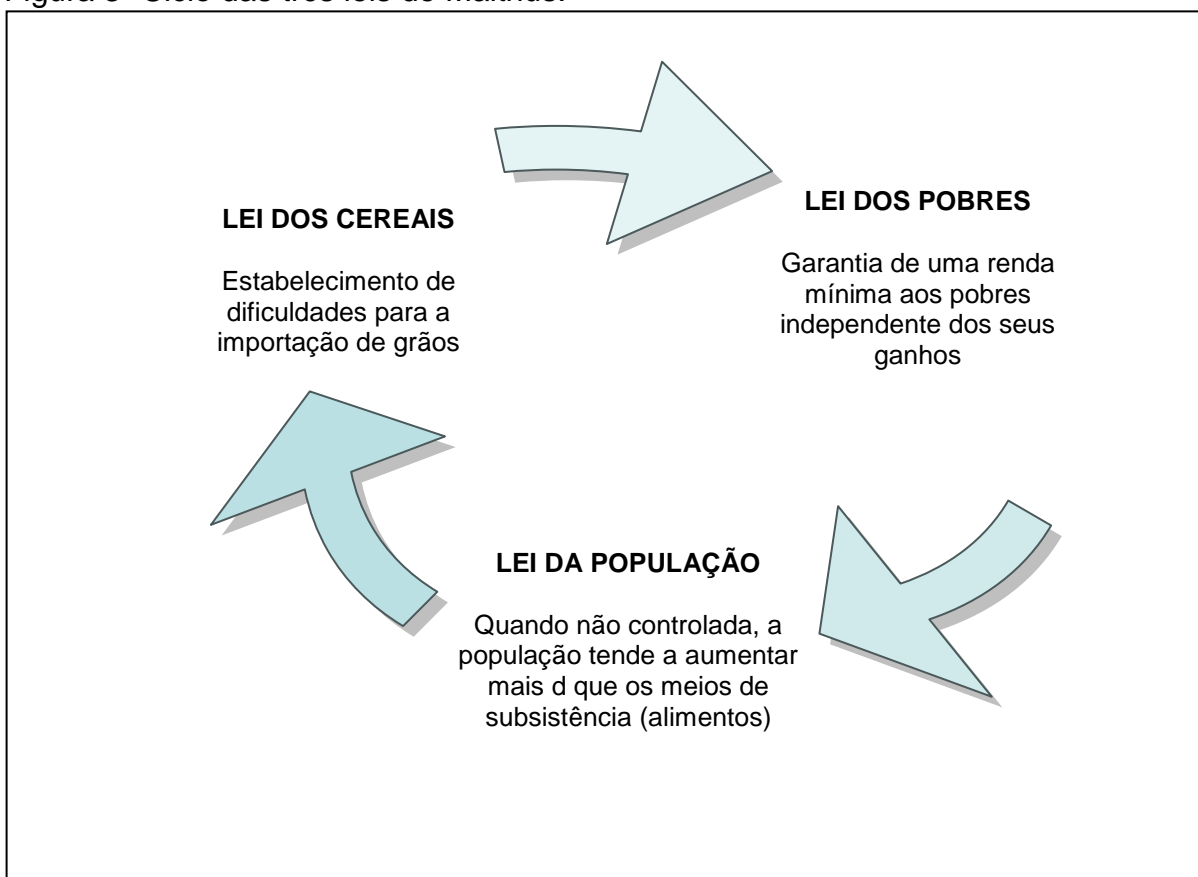
Assim, aspectos como o trabalho realizado de forma sistemática e repetitivo, estimula a competitividade e participação do Estado como defensor do território e com administração da justiça são características que levam as nações a riqueza, segundo Smith (1996).

2.2.1.2 Thomas Robert Malthus

Malthus contribuiu significativamente por meio de suas teorias para o entendimento das questões pertinentes ao crescimento populacional e o seu impacto no desenvolvimento econômico (BATISTA, 2012).

Em 1798, publicou “Um ensaio sobre o princípio da população”, abordando assuntos relacionados a Teoria da População. Defendo a ideia de que, quanto mais numerosa for a população maior as desigualdades e a miséria. Por meio desta teoria apresentou três leis: *i)* Lei dos Pobres (1795); *ii)* Lei da População (1798); e *iii)* Lei dos Cereais (1813), expostas na Figura 3 (MALTHUS, 1999).

Figura 3- Ciclo das três leis de Malthus.



Fonte: Elaboração própria a partir de Malthus (1999).

Por meio do ciclo na ilustração, expõe-se de uma melhor maneira a ideia de Malthus, onde advinha de que, da Lei dos Pobres e a Lei dos Cereais, originaram a problematização na Lei da População. Sua oposição em relação às leis seguia de uma lógica econômica, pois a garantia que o governo dava de fornecer aos pobres uma renda mínima e o estabelecimento de dificuldades para a importação de grãos geraria um aumento no preço dos alimentos, pelo fato de a demanda dos pobres ser maior e associada a uma oferta limitada de grãos. Ocasionalmente um aumento dos salários e consequentemente a alta na inflação, gerando danos a toda sociedade (MALTHUS, 1999).

Destacando ainda, que a única alternativa apresentada pelo economista é de evitar o aumento da população e o aumento da pobreza seria num primeiro momento: “[...] a abolição gradual e muito gradual das leis de amparo aos pobres” (SZMRECSÁNYI, 1982, p.94); e posteriormente “[...] a prudência no casamento, que é o único meio moral de evitar um excesso de trabalhadores em relação à demanda” (SZMRECSÁNYI, 1982, p.96).

2.2.1.3 David Ricardo

Contextualizando as ideias de Ricardo, suas obras abrangiam “[...] uma vasta amplitude de temas, dentre outros, economia monetária, teoria dos lucros, da renda fundiária e da distribuição, teoria do valor-trabalho e do comércio internacional, tendo muitas de suas contribuições estabelecidas às bases de um debate que se prolonga até os dias atuais” (RICARDO, 1996, p.7). O Quadro 7 explicita os temas abordados pelo economista.

Quadro 7- Temas abordados por David Ricardo.

QUESTÕES	TEMAS	IDEIAS RICARDIANAS
Economia Monetária	Teoria quantitativa da moeda	Quantidade de bens, serviços e moeda em circulação influencia estritamente a proporcionalidade do nível geral dos preços.
	Teoria dos Lucros	A proteção aos produtores nacionais de cereais menos eficientes fazia aumentar a proporção da renda da terra e dos salários e relação soa lucros.
Economia Política e Tributação	Teoria da renda fundiária	O salário dos trabalhadores eram fixados pelo mínimo possível, ou seja, o necessário para garantir a subsistência. A renda obtida devia-se à: escassez da terra e a diferenciação de produtividade entre elas.
	Teoria da distribuição	A distribuição do produto total da terra deveria distribuir-se entre as três classes que entram com o trabalho para o cultivo da terra: o proprietário da terra, o dono do capital necessário para o cultivo e os trabalhadores.
Vantagens Comparativas	Teoria do comércio internacional	As trocas internacionais seriam vantajosas mesmo que determinado país tivesse maior produtividade que o outro na produção de todas as mercadorias.
	Teoria do valor-trabalho	O fator determinante do valor de todas as mercadorias é determinado pela quantidade de trabalho incorporado nela.

Fonte: Elaboração própria a partir de Ricardo (1996).

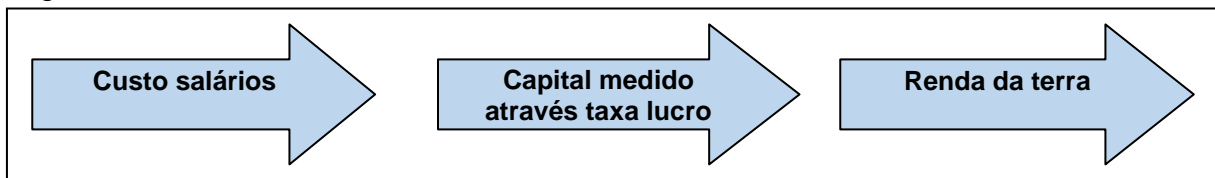
Logo, o economista apresentou importantes concepções que visavam o bom funcionamento da economia permanecendo na atualidade (BATISTA, 2012).

2.2.1.4 Jean Baptiste Say

Uma das grandes contribuições para a economia foi a Teoria dos Mercados. No qual defendia a ideia de que “[...] o valor dos bens era formado por

todos os recursos utilizados em sua produção” (BATISTA, 2012, p.11), existindo as variáveis que formavam o valor dos bens, conforme mostra a Figura 4:

Figura 4- Variáveis formadoras do valor dos bens.



Fonte: Elaboração própria a partir de Batista(2012).

Dentro desta mesma concepção da Teoria dos Mercados de Say, Batista (2012, p. 12) acrescenta “[...] que toda a produção seria escoada no mercado”. Desta forma, “a oferta criaria a sua própria demanda”. Se acaso a economia passasse por momentos de retração a causa seria por insuficiência dos meios de produção, pois para o economista, não existia escassez de demanda (BATISTA, 2012)

Outra teoria importante formulada por Say, foi a Teoria da Compensação em que abordava os assuntos relacionados a inserção das máquinas no processo produtivo sobre a demanda de trabalhadores (FREITAS; COUTO; DANTAS, 2010). Esta teoria de acordo com o economista pode ser compreendida separando-a em três pontos, apresentados no Quadro 8.

Quadro 8- Três principais pontos para compreensão da Teoria de Compensação.

PRINCIPAIS PONTOS PARA COMPREENÇÃO DA TEORIA DA COMPENSAÇÃO		
Primeiro, as máquinas surgem de forma lenta e o seu uso se estende gradualmente, o que dá aos trabalhadores a oportunidade de tomarem precauções e, ao governo, o tempo de preparar remédios para evitar o desemprego.	O segundo ponto seria que as máquinas demandam um volume de mão-de-obra na sua fabricação e instalação podendo até compensar os demitidos por ela.	O terceiro ponto, estaria relacionado à situação do consumidor e do operário que melhorariam com a redução do preço do bem produzido pela maquinaria. Sempre há aumento do produto e/ou redução dos custos de produção, podendo ser repassado para os preços, baixando-os.

Fonte: Elaboração própria a partir de Freitas, Couto e Dantas (2010, p.212/213).

A próxima seção destaca a teoria econômica neoclássica, utilizando um novo conceito de análise econômica, a integração da Teoria do Valor com a Teoria do Custo de Produção (PRADO, 2001).

2.2.2 Teoria econômica neoclássica

A partir de 1870 com o fortalecimento dos ideais da teoria neoclássica, os fenômenos econômicos passam a ser encarados de maneira diferenciada, deixando de ser apenas observação dos fatos, passando a ser visto como um processo mecânico, matematicamente demonstrável e determinado. Supondo-se que fazem parte da formação da economia um grande número de produtores e consumidores, dos quais, isoladamente são incapazes de influenciar nos preços e quantidades no mercado (SANCHES, [entre 2010 e 2017]).

Desta forma, na linha de pensamento da Teoria do Valor, os consumidores adquirem bens e serviços de acordo com seus gastos, devido a quantidade disponível que possui de sua renda. Passando a renda e a utilidade, serem os fatores determinantes da oferta e da demanda de mercado (PRADO, 2001). “[...] desse modo, quanto mais raro e útil for um produto, tanto mais ele será demandado e valorizado e tanto mais será o seu preço” (SANCHES, [entre 2010 e 2017, p.18]).

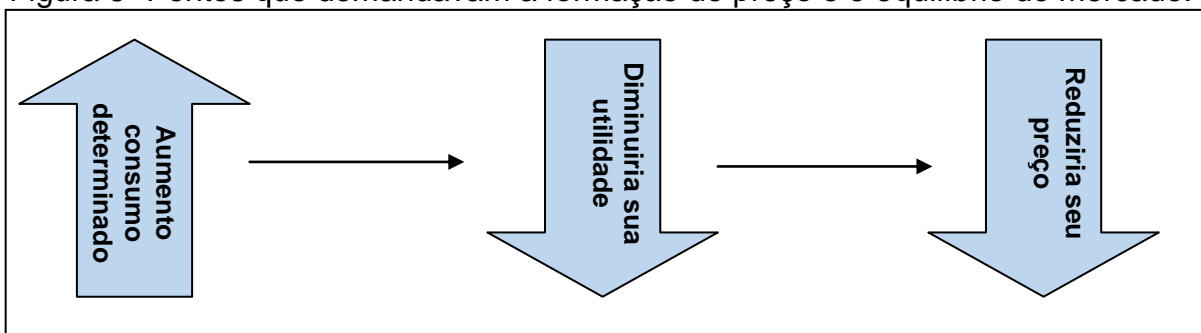
Entretanto, demandado o preço de mercado na Teoria do Valor, os produtores precisam estabelecer os fatores de produção, denominados pela Teoria do Custo de Produção como: *i)* a força do trabalho; *ii)* os recursos naturais; e *iii)* capitais físicos, com o intuito de combiná-los racionalmente e produzir as quantidade que darão lucro (PRADO, 2001; SANCHES, [entre 2010 e 2017]).

Por meio das teorias neoclássicas, supõe-se que a economia é composta por um conjunto de agentes econômicos e que dispõem, de um lado, de interesses ou padrões de utilidade e de outro, da cotização dos fatores, dentre os quais incluem determinada “quantidade de capital”, deste modo, ambas tratam do mesmo interesse, trazendo o capital como uma coleção de bens (PRADO, 2001).

2.2.2.1 Alfred Marshall

Alfred Marshall, um dos principais economistas neoclássico atribuiu um papel importante em relação à demanda no processo de formação do preço e equilíbrio do mercado, conforme apresenta a Figura 5. Salientava ainda que a utilidade de um bem estaria ligada a disponibilidade e a importância que tinha para a necessidade humana (BATISTA, 2012).

Figura 5- Pontos que demandavam a formação do preço e o equilíbrio do mercado.

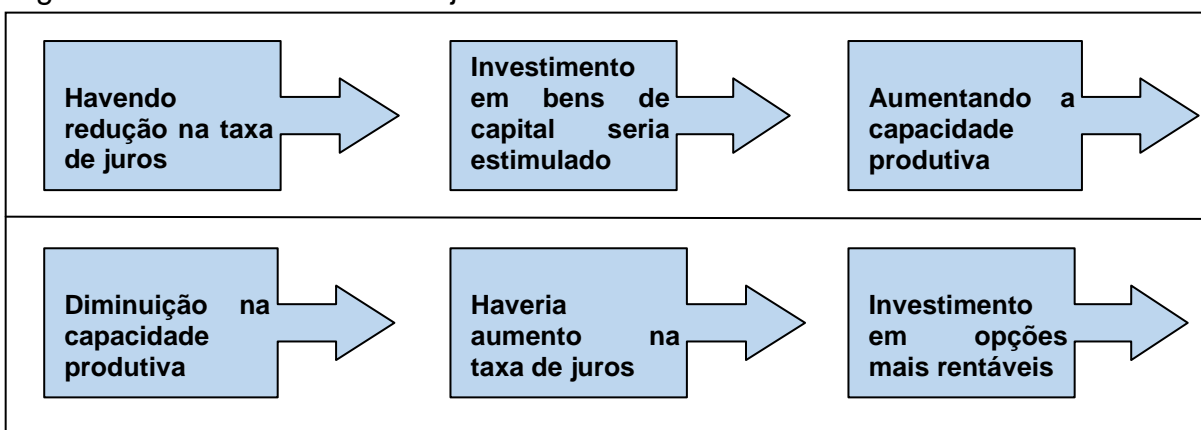


Fonte: Elaboração própria a partir de Batista (2012).

No contexto da teoria de Marshall de que o preço era definido pela interação entre as forças de oferta e demanda no mercado, o economista via o consumidor como um ser racional que procura maximizar a utilização de sua renda (MATTOS, 2010).

No entanto, vale apontar que Marshall atribuiu um papel importante à taxa de juros no processo produtivo, pois exerce uma grande influência na economia conforme sua variação, evidenciada na Figura 6.

Figura 6- Influência da taxa de juros na economia.



Fonte: Elaboração própria a partir de Batista (2012).

2.2.2.2 Joseph Alois Schumpeter

O economista Schumpeter, concedeu ao empreendedor um papel importante e essencial, de agente fomentador do desenvolvimento econômico, pois é o elemento estimulador desse desenvolvimento, a pessoa que busca transformar o seu empreendimento em um negócio vitorioso e que a taxa de lucro seria apenas consequência deste sucesso (BATISTA, 2012).

Bittar; Bastos e Moreira (2014) complementam que o empreendedor é como um agente econômico que traz novos produtos para o mercado por meio de combinações eficientes dos fatores de produção ou pela aplicação prática de alguma invenção ou inovação tecnológica.

Quanto à inovação seria algo que impulsionasse a atividade empreendedora. Tendo como características: *i)* criação de novos produtos; *ii)* introdução de novos métodos de produção; *iii)* abertura de novos mercados; e *iv)* descoberta de novas fontes de matérias-primas. Para Schumpeter o que levaria a queda do sistema capitalista seria a decadência da atividade empreendedora e dos processos de inovação (BATISTA, 2012).

Concluindo que para o economista, o impulso fundamental que inicia e mantém o funcionamento da máquina capitalista decorre das inovações. Dessa forma, percebe-se que suas ideias permanecem atuais (FUCK, 2004).

2.2.3 Teoria econômica keynesiana

A teoria econômica Keynesiana aborda os assuntos ligados a despesa total da economia (designada por procura agregada), e dos efeitos na produção e na inflação. Delineando os assuntos relacionados a excelência ao crescimento e ao pleno emprego, e não à instabilidade monetária e à competitividade externa (OLIVEIRA et al, [200-]).

A teoria econômica Keynesiana utiliza-se de instrumentos apresentados no Quadro 9, que explicam os assuntos estudados pelo economista.

Quadro 9- Instrumentos que estimulam a atividade econômica.

INSTRUMENTOS	ESTIMULO
Política monetária e orçamental.	Procura agregada (consumo e investimento à escala nacional).
Finanças públicas desequilibradas em curto prazo.	Atividade econômica e maior capacidade de criação de empregos.

Fonte: Elaboração própria a partir de Oliveira et al [200-, p.5-6]).

Desta forma, o consumo torna-se o grande estímulo de crescimento e a redução das desigualdades sociais aumentaria a propensão média ao consumo da população, conseqüentemente seria vantajoso do ponto de vista econômico e social (OLIVEIRA et al, [200-]).

2.2.3.1 Jonh Maynard Keynes

Na sua principal obra “Teoria Geral do Emprego, do Juro e da Moeda”, o economista apresenta uma análise do sistema econômico capitalista, em uma teoria macroeconômica relativamente dinâmica (PEREIRA, 2003). Deste modo, partindo da ideia de equilíbrio com pleno emprego de fatores, pela rigidez de salários e preços (KEYNES, 1992).

Segundo Keynes, a economia opera com capacidade baixa, em função disto causa o desemprego forçado. Para estimular os níveis de emprego, renda e o bem-estar social, entra o papel do estado, realizando políticas monetárias e fiscais, deste modo, os gastos influenciam expectativas empresariais e o nível de investimentos (KEYNES, 1992). Segundo Pereira (2003) no modelo teórico de Keynes, seria como uma corrente, onde um componente depende do outro na economia, conforme o Quadro 10 apresenta a ligação entre os componentes:

Quadro 10- Fatores da economia e seus componentes dependentes.

FATOR	COMPONENTE DEPENDENTE
Nível de emprego	Procura agregada efetiva “renda”
Nível de procura agregada efetiva “renda”	Consumo
Nível de consumo	Renda disponível
Nível de poupança “investimento”	Taxa de juros
Nível da taxa de juros	Oferta e procura pela moeda
Nível de renda disponível	Condução do dinheiro Condução do emprego

Fonte: Elaboração própria a partir de Pereira (2003).

A próxima seção apresenta aspectos relacionados com os negócios internacionais, por meio da participação dos executivos e negócios com o mercado chinês.

2.3 NEGÓCIOS INTERNACIONAIS

A existência dos negócios internacionais vem de séculos atrás, porém, nas últimas duas décadas têm ganhado mais impulso e complexidade. Pelo fato de as empresas estarem constantemente em busca de novas oportunidades, propiciando o acesso ao comércio mundial (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERG, 2010).

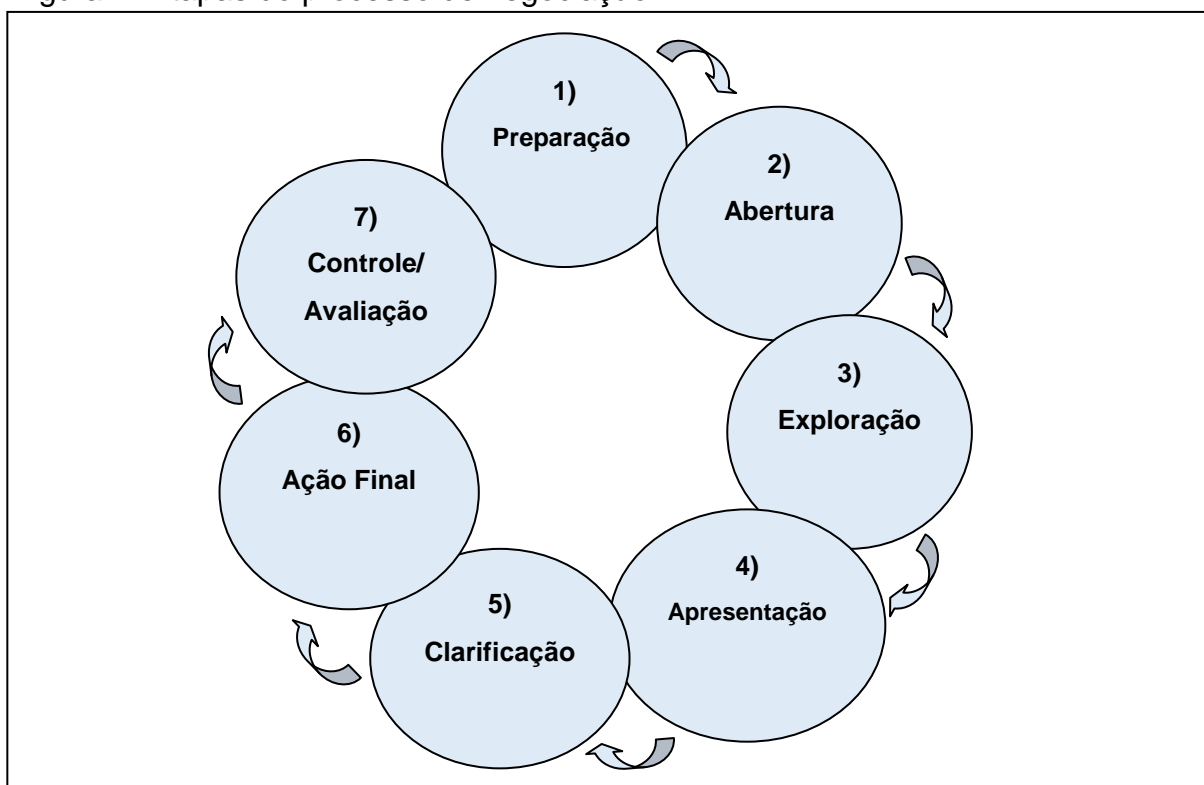
As negociações internacionais são todas as transações executadas de comércio e investimento através das fronteiras. Tem-se como atividades atribuídas aos negócios internacionais as trocas de ativos físicos e intelectuais, como: *i)* bens; *ii)* serviços; *iii)* capital; *iv)* tecnologia; *v)* know-how; e *vi)* mão de obra (CAVUSGIL; KNIGHT; RIESENBERG, 2010).

As empresas que estão neste meio precisam escolher e adotar estratégias adequadas a sua posição concorrencial e as barreiras que enfrentará no mercado. Para definir as estratégias, precisam ser feitas análises sobre os seus próprios produtos, serviços, processo de produção e da sua tecnologia disponível, perante aos fatores econômicos e concorrenciais do mercado (MAÑAS, 2009).

Complementando, Bornhofen e Kistenmacher (2007), citam que uma das formas de analisar sua capacidade de fazer negócios com outros países, é por meio do domínio das habilidades da negociação internacional. Tornando, contudo, um requisito fundamental para o negociador adquirir conhecimento da cultura e dos costumes do país que pretende negociar.

Desta forma, a negociação é um processo contínuo que pode envolver sete etapas, conforme ilustrado na Figura 7.

Figura 7- Etapas do processo de negociação.



Fonte: Elaboração própria a partir de Mills (1993).

As etapas apresentam as diversas situações possíveis que podem acontecer no processo de negociação, não existindo a necessidade de se passar por todas. Assim, Mills (1993) descreve as características apresentadas no Quadro 11.

Quadro 11 - Composição e ações das etapas de negociação.

ETAPA	DESCRIÇÃO	AÇÕES
Preparação	Planejamento inicial que tem por finalidade obter o máximo de dados e informações a respeito da outra parte.	Histórico das relações; conflitos potenciais e objetivos reais e ideais.
Abertura	Tem por objetivo criar um clima propício para o momento da negociação, deixando ambas as partes à vontade.	Reduzir a tensão; definir os objetivos e obter concordância para prosseguir.
Exploração	Buscar detectar informações à respeito do cliente.	Necessidades; expectativas e motivações da outra parte para utilizar nas etapas seguintes.
Apresentação	Etapla na qual se apresenta ao outro negociador a proposta, mostrando a forma com que esta pode atender as necessidades e expectativas.	Descrição do produto, serviços e ideias; problemas resolvidos e benefícios.
Clarificação	Esclarecimento de todas as dúvidas, sintetizando o que lhe foi exposto.	Estar preparando para responder às objeções; aceitar a razão da outra parte e evitar frases perigosas.
Ação final	Fase que ocorre o fechamento do negócio, estar atento a alguns aspectos.	Recapitular vantagens e desvantagens; atenção aos sinais de aceitação; apresentar opções e propor o fechamento do negócio.
Controle e avaliação	Momento de monitorar o que foi acertado e avaliar os resultados obtidos.	Preço, prazo, condições e observações para a próxima negociação

Fonte: Elaboração própria a partir de Mills (1993).

Para que haja próximas negociações o mercado precisa de executivos internacionais qualificados, contudo, a subseção seguinte desenvolverá melhor o assunto.

2.3.1 Executivos internacionais

O executivo internacional é uma pessoa expatriada, alguém que vive e trabalha fora do país. Seu trabalho é atravessar as fronteiras, sejam elas para negócios, mercados, produtos, funções, clientes ou países (HOLLENBECK; MCCALL JUNIOR, 2003). Desta forma “[...] os atuantes na área internacional

precisam desenvolver habilidades conceituais com maiores níveis de exigência” (HOLLENBECK; MCCALL JUNIOR, 2003).

Num processo de globalização que envolve um sistema genuinamente global exige, de certa forma, uma reformulação do perfil do executivo: tendo uma nova maneira de pensar e liderar, nova postura, apta a sustentar competitividades, em um cenário de constante transformação (VIEIRA et al, 1999).

Por meio de uma entrevista aplicada com 136 executivos de 10 empresas Vieira et al (1999), atribuiu a descrição das características do executivo necessárias para a atuação no mercado globalizado. Dentre elas encontram-se características que se referem à predisposição dos indivíduos, à postura e sua maneira de agir; entendem-se também as aptidões e capacidades ditas para o desempenho das atividades profissionais; e por sua vez os conhecimentos, que formam um conjunto de informações servindo como instrumentos para os executivos realizarem suas atividades (VIEIRA et al, 1999).

No Quadro 12 apresenta os principais atributos requeridos, em uma ordem de importância conforme resposta dos executivos entrevistados.

Quadro 12- Principais atributos para atuação no mercado internacional.

ORDEM	ATRIBUTOS
1º	Integridade
2º	Visão estratégica
3º	Capacidade de liderança
4º	Visão da empresa
5º	Capacidade de decisão
6º	Foco no resultado
7º	Ética com questões profissionais e aspectos sociais
8º	Capacidade de negociação
9º	Motivação
10º	Coordenação de trabalho em equipe
11º	Habilidade interpessoal
12º	Atitudes pró- ativa
13º	Empreendedorismo
14º	Abertura para novas ideias
15º	Predisposição a negociação

Fonte: Elaboração própria à partir de Vieira et al (1999).

Com enfoque no mercado chinês, vale ressaltar que para relacionar-se com essa população e conseguir manter uma dinâmica empresarial de sucesso, um dos primeiros passos é entender e conhecer as características culturais e aprender o idioma. Aprofundar-se sobre a importância do modelo político econômico da China permite uma perspectiva do que os parceiros chineses pretendem das empresas

estrangeiras, identificando oportunidades, que ameaças devem estar preparadas para enfrentar e como às devemos minimizar ou neutralizar através de uma estratégia apropriada e de uma proteção legal ajustada (ILHÉU, 2014).

Segundo Tang; Bulhões e Duzert (2003), a tradição chinesa ficou marcada pela não valorização de contratos. A forma de proteção utilizada pelos chineses é fazer negócios com base na amizade e, principalmente, no relacionamento e conhecimento pessoal. Os princípios para continuar negociando com os chineses são baseados nos laços de confiança e amizade.

Isso também explica porque os empresários chineses investem bastante tempo e dinheiro em troca de amabilidades. Os convites para banquetes, presentes, conversas amenas e outras amabilidades fazem parte de um ritual para criar um clima de amizade, confiança, e para conhecer melhor o seu parceiro comercial. Cercando o parceiro comercial dessas amabilidades, atenções, presentes e até o pagamento de todas as despesas de viagem, cria, na ótica do chinês, uma certa obrigação moral de retribuir com a parceria nos negócios (TANG; BULHÕES; DUZERT, 2003, p.94).

“[...] outro aspecto imprescindível da negociação é o *guanxi*, que são os conhecimentos e os relacionamentos que contribuem para facilitar a confiança, os entendimentos e amenizar as dificuldades que porventura aparecem”, portanto, para obter sucesso na negociação com a China, o negociador precisa sustentar essa relação, tentar queimar essas instruções pode comprometer todo o negócio (TANG; BULHÕES; DUZERT, 2003).

A próxima seção abordará aspectos relacionados com a abertura comercial da China no mercado internacional.

2.4 A CHINA E O MERCADO INTERNACIONAL

O crescimento chinês que iniciou na década de 1950 era estável. Para melhorar as taxas de crescimento, a partir da década de 1970, a China passou por reformas voltadas para o mercado e uma política de abertura. A abertura comercial possibilitou o crescimento das exportações, da participação no mercado mundial e os investimentos externos diretos (GONTIJO, 2005).

Na década de 1970 a abertura da economia chinesa foi gradativamente conquistando o mercado mundial, por meio da criação das Zonas Econômicas Especiais (ZEEs), selecionando algumas regiões da China para acolherem empresas estrangeiras (SOUZA; BARROS, 2016).

Em outras palavras, as zonas econômicas especiais foram concebidas para atrair os investidores estrangeiros que, em troca, introduziriam na China tecnologias e métodos modernos de administração, com o propósito de criar um fluxo de exportações gerador de divisas, encorajados por vendas sem impostos, taxas reduzidas, tarifas menores, infraestrutura moderna, legislação trabalhista e salarial flexível e menos burocracia (MARTI, 2007, p.10).

Outro componente importante foi o crescimento do Investimento Direto Externo (IDE) entre 1990 e 2007, favorecidos pelos baixos custos do trabalho, pelo grande mercado chinês e pela isenção e incentivos fiscais, diminuindo o custo e aumentando o lucro para das empresas estrangeiras (SOUZA; BARROS, 2016).

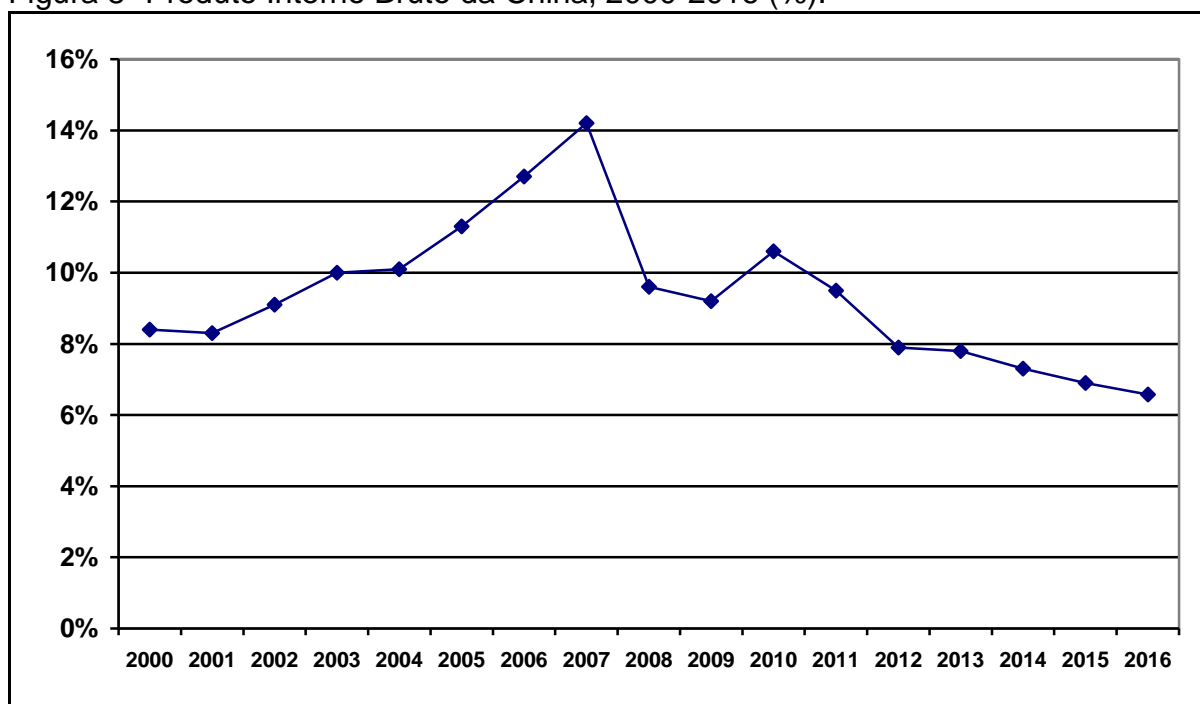
O IDE contribuiu muito para o crescimento econômico da China e foi fundamental para o desenvolvimento do setor exportador competitivo. Porém também trouxe alguns efeitos negativos, pois propiciou desigualdades regionais. As províncias do leste que abrigam as 39 Zonas Econômicas Especiais (ZEEs) concentram a maior parte do IDE e apresentam maiores níveis de renda per capita do que as províncias da região oeste, que recebem baixo VÃO e têm níveis mais baixos de renda per capita (TUSCO, 2010, p.38).

Buscando maior reconhecimento no mercado internacional, a China alcançou o direito de participar da Organização Mundial do Comércio (OMC), aumentando a credibilidade do país e a continuidade em seu desenvolvimento (TUSCO, 2010).

No século XXI, a China apresentou elevadas taxas de crescimento em momentos de crises internacionais, deste modo, passando a atrair olhares de diversos países por se encontrarem em grande ascensão em meio a situações econômicas adversas que decorrem em âmbito mundial (TUSCO, 2010). Assim, conforme dados divulgados pela Câmara de Comércio Exterior- COMEX (2013), a China tornou-se o principal parceiro comercial de 120 países, dentre eles destacando o Brasil.

Devido aos elementos definidores que impulsionou o crescimento chinês, abordados no capítulo acima, o país tem apresentado um forte crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) anual, conforme mostra a Figura 6 (NEGRI et al, 2008). O aumento dos fluxos comerciais (exportações e importações) tornara-se evidências no PIB para o crescimento chinês. “[...] na primeira metade dos anos 1990, os fluxos comerciais de comércio representavam menos de 40% do PIB, subindo para cerca de 70% em 2003 (NEGRI et al, 2008, p.11).

Figura 8- Produto Interno Bruto da China, 2000-2016 (%).



Fonte: Adaptado de Invest Export Brasil (2017).

Entretanto, a partir de 2012-2016, apresenta queda, significando que os fluxos comerciais da China não estão mais no mesmo ritmo, retroagindo ao mesmo valor de meados de 2000 (JAGUARIBE, 2017).

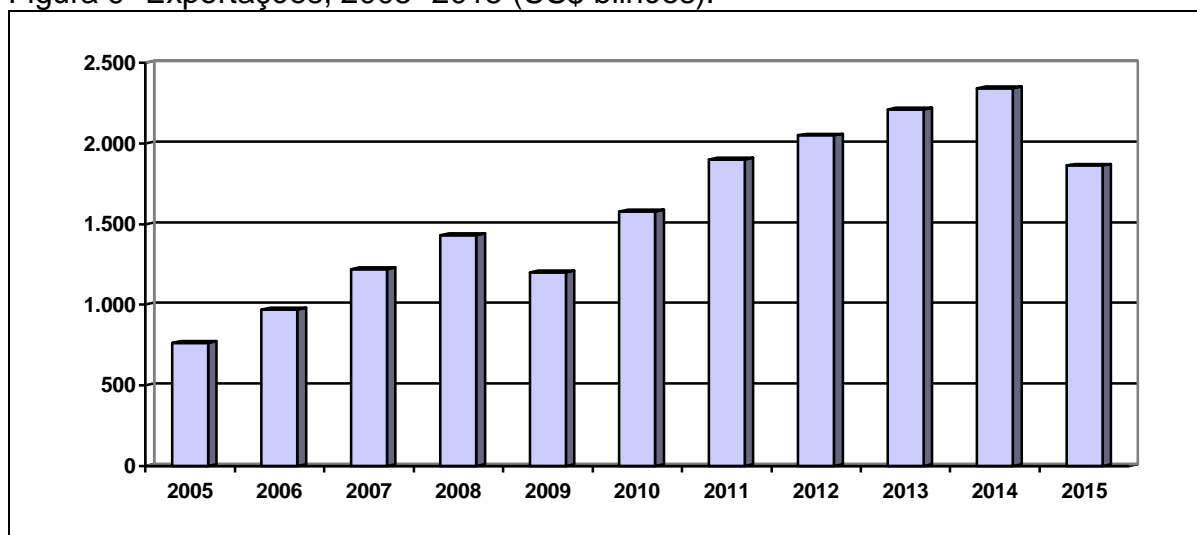
2.4.1 Exportações

Um dos fatores que proporcionou aumento das exportações apresentado na Figura 9 está relacionado ao fato de que a partir de 1978 o governo foi reduzindo sistematicamente a importância das metas de exportação, onde era o governo que determinava através do Banco Central a quantidade e o preço da mercadoria exportada, enquanto o acesso direto a uma parte das cambiais geradas pelos exportadores foi sendo estendido às empresas, a partir de 1985 (PUGA et al, 2004).

Após 1988, as empresas puderam vender suas cambiais por uma taxa intermediária entre a taxa oficial e a taxa dos centros de swaps, aumentando a resposta das exportações a variações nos preços do mercado. Em 1991, foi abolido o sistema de metas de exportações e extintos os subsídios à exportação. Em 1994, o sistema de retenção de quotas foi abandonado e o câmbio unificado (PUGA et al, 2004)

Já a partir de 2001, a China tornou-se o 143º membro da Organização Mundial do Comércio (OMC), onde dentre os vários acordos afirmados, para incentivo a exportação propuseram a eliminação de subsídios à exportação incompatíveis com as regras do órgão (PUGA et al, 2004).

Figura 9- Exportações, 2005- 2015 (US\$ bilhões).



Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Diante da Figura 9, pode-se observar que as exportações da China vêm apresentando um constante crescimento no período de 2005 até 2008 com variações na média de 24,7% de crescimento relacionado aos anos anteriores. Já no ano seguinte em 2009, houve uma queda representando uma variação negativa de 16%, devido aos efeitos da crise mundial. A partir deste período a economia do país passou de um saldo negativo para uma variação de 31,3% em relação ao ano da crise, apresentando crescimentos gradativos, porém em menores proporções, registradas em uma média de 10,5% relacionada aos anos anteriores (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

Parte da crescente participação da China nas exportações está voltada a integração produtiva realizada com países desenvolvidos, como se pode observar no Quadro 13, por meio da instalação de empresas transnacionais dos Estados Unidos, da Europa, do Japão e da Coreia do Sul, no Investimento Externo Direto, cuja produção fora destinada as exportações aos EUA e à Europa como também para o mercado chinês e expansão (PINTO; CINTRA, 2015).

Quadro 13 - Principais destinos das exportações da China, 2014 (US\$ bilhões).

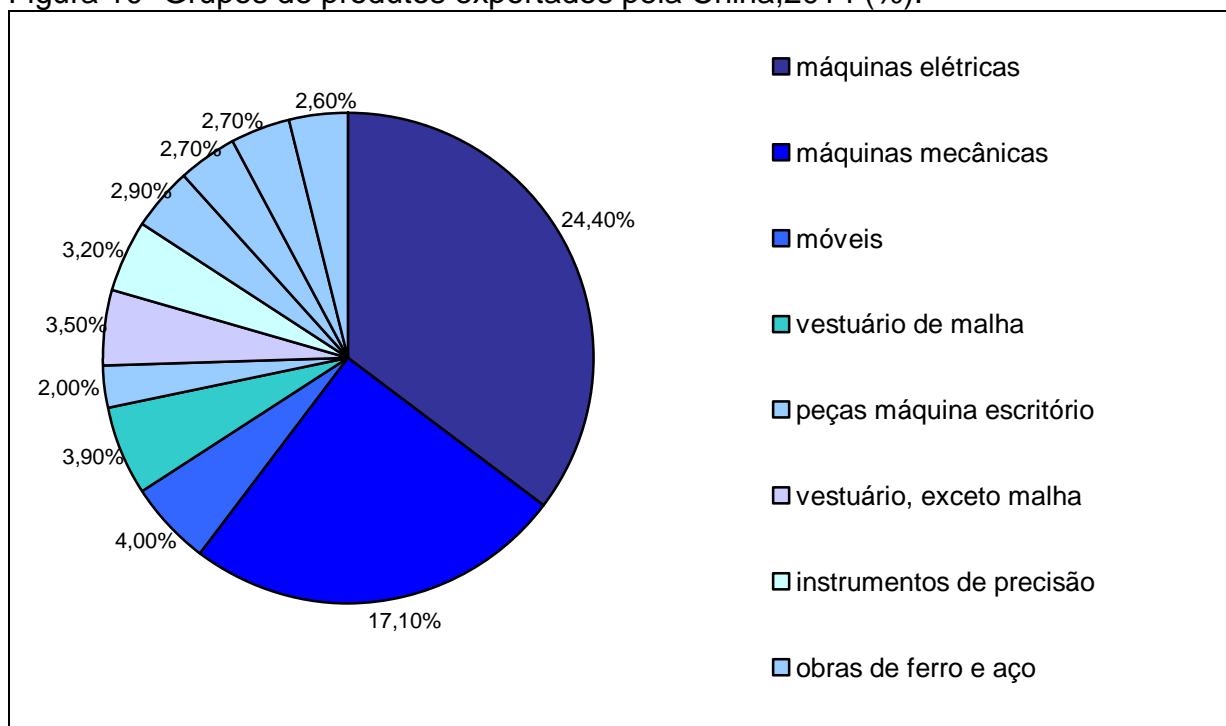
PAISES	2014	PARTICIPAÇÃO % TOTAL
Estados Unidos	397	16,9%
Hong Kong	363	15,5%
Japão	149	6,4%
Coréia do Sul	100	4,3%
Alemanha	73	3,1%
Países Baixos	65	2,8%
Vietnã	64	2,7%
Reino Unido	57	2,4%
Índia	54	2,3%
...		
Brasil (17ª posição)	35	1,5%
Subtotal	1.411	60,2%
Outros países	931	39,8%
Total	2.342	100%

Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Observa-se que o país que mais recebe produtos da China é o EUA, seguido de Hong Kong, Japão, Coréia do Sul, Alemanha e Países Baixos representando em média 50% das exportações realizadas pelo país (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

As trocas comerciais da China com o mundo consistem, essencialmente, em maquinários, roupas e equipamentos diversos de alta tecnologia. A entrada maciça de IDE tem permitido um aumento significativo da exportação de produtos com maior valor agregado. De acordo com os dados da Figura 10, em 2014, os dez produtos com maior índice de exportação realizado pela China no mundo representam os produtos do patamar citado acima (MORTATTI, 2009).

Figura 10- Grupos de produtos exportados pela China,2014 (%).



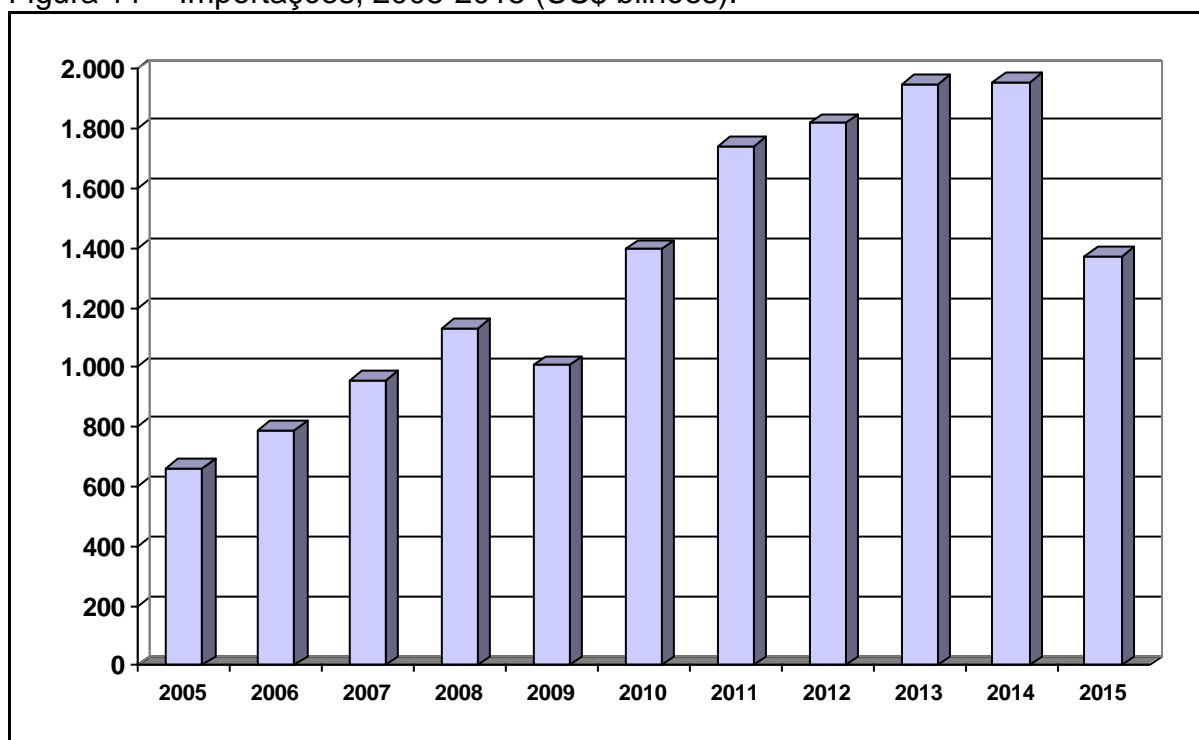
Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Os produtos exportados apresentam um total de R\$ 2,342 bilhões na corrente comercial, e, dois destes, evidenciam-se pela quantia que representam. Destacando máquinas elétricas com R\$ 571 milhões e máquinas mecânicas com R\$ 401 milhões, somados, possuem cerca de 42%, de participação nas exportações (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

2.4.2 Importações

No âmbito do acordo com a OMC, para incentivo às importações expostas na Figura 11, com destino ao país, foram estabelecidas reduções nas tarifas de importação da China. Deste modo, para as importações de produtos industrializados caíram de 25%, em média (nível vigente em 1997), para menos de 10% em 2005. As tarifas foram completamente eliminadas para produtos como cervejas, móveis e brinquedos, cujas tarifas médias eram de 70%, 22% e 23%, em 1997 (PUGA et al, 2004).

Figura 11 – Importações, 2005-2015 (US\$ bilhões).



Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Constata-se que as importações do país foram crescentes, partindo de US\$ 660 milhões, em 2005, para US\$ 1.133 bilhões, em 2008, formando um salto de duas vezes mais, em um período de 3 anos. Já no ano seguinte em 2009, obteve uma queda de US\$ 124 milhões. Em 2010, a China começa a retomar suas compras, alcançando US\$1,396 bilhões, onde em quatro anos fechou em um crescimento de US\$430 milhões, saldando em US\$1,374 bilhões em 2014 (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

Em meados de 2005 a 2010 o Japão apresentava uma posição de principal fornecedor da China, manifestando uma leve redução na sua participação de 15,2% para 12,6%, seguido consequentemente, por Coréia do Sul e EUA, em segundo e terceiro lugar, em que se mantiveram em suas posições neste período tendo apenas uma pequena queda no seu percentual (APEX BRASIL, 2011). No entanto, no ano de 2014 o cenário apresentou algumas mudanças nas colocações dos países, conforme exposto no Quadro 14.

Quadro 14 - Principais origens das importações da China, 2014 (US\$ bilhões).

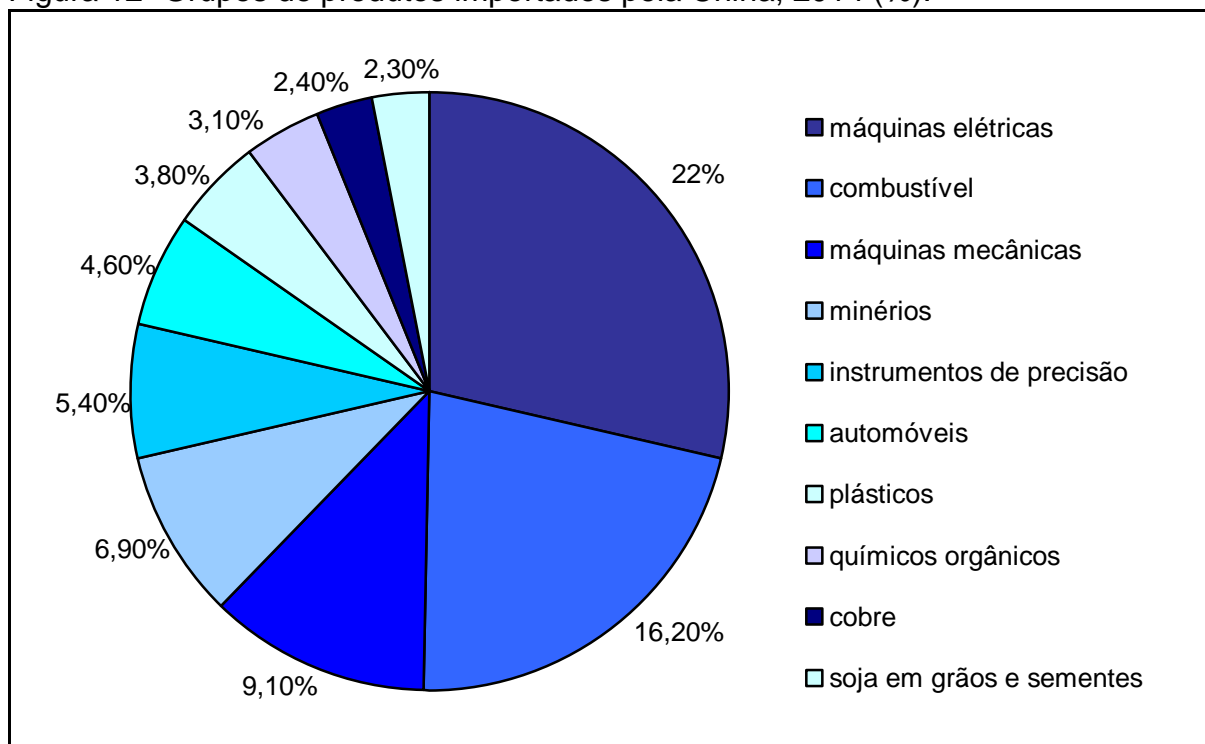
PAÍSES	2014	PARTICIPAÇÃO % TOTAL
Coréia do Sul	190	9,7%
Japão	163	8,3%
Estados Unidos	160	8,2%
Taiwan	152	7,8%
Alemanha	105	5,4%
Austrália	98	5,0%
Malásia	56	2,9%
Brasil	52	2,7%
Arábia Saudita	49	2,5%
África do Sul	45	2,3%
Subtotal	1.070	54,6%
Outros países	888	45,4%
Total	1.958	100%

Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Houve queda nas importações totais do país e uma inversão na colocação dos fornecedores da China, entre Japão e Coreia do Sul, na qual passou a ser a principal fornecedora com uma participação de 9,7% do total das importações. Já o Estados Unidos ficou no mesmo patamar desde meados de 2005, participando com 8,2% (APEX BRASIL, 2011; MRE, 2016).

Em termos de importações, cabe destacar que a China é atualmente a segunda maior importadora mundial de petróleo. O rápido processo de industrialização que o país está a atravessar tornou-o um voraz consumidor de matérias-primas. Outra característica da pauta de importação chinesa é a grande demanda também por produtos de tecnologia, sendo alguns utilizados como matérias-primas para agregação de valor e outros para consumo interno, de acordo com a Figura 12 (MORTATTI, 2009).

Figura 12- Grupos de produtos importados pela China, 2014 (%).



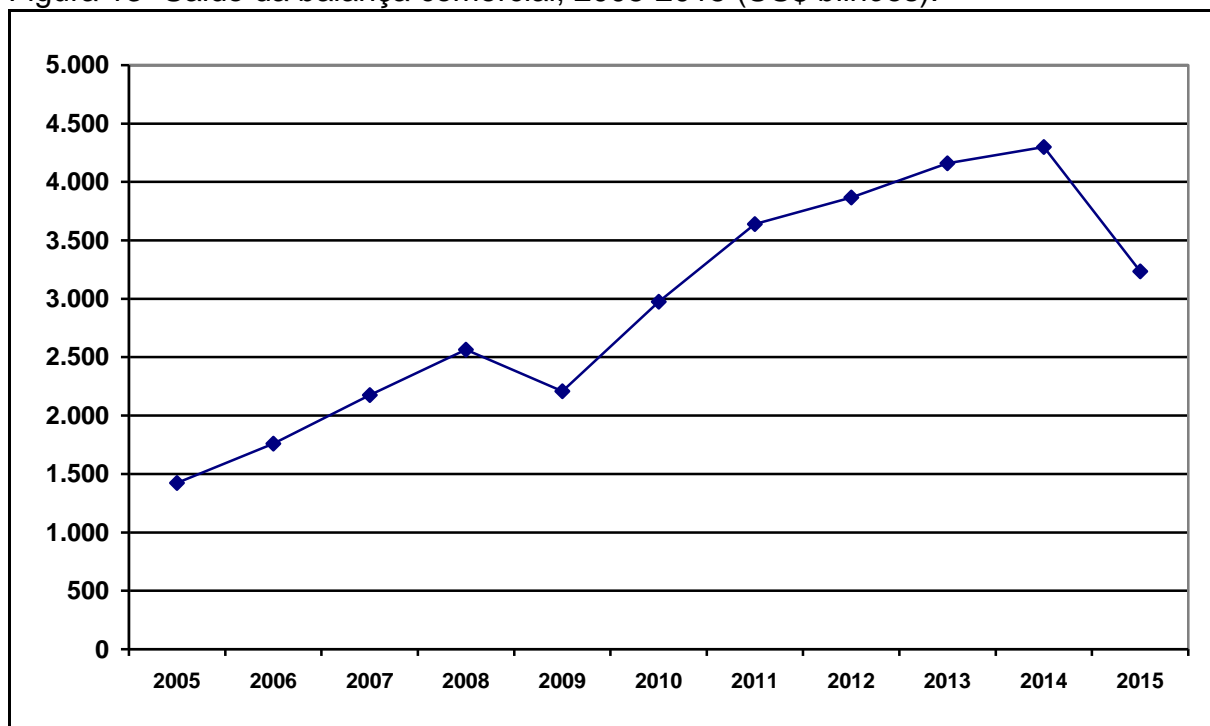
Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

A composição das importações realizadas pela China deve-se a sua grande procura por matéria-prima e produtos de tecnologia, pode-se perceber que da mesma forma que exportam máquinas, também importam, porém em menor quantidade, correspondendo 31,1% das importações, cerca de R\$ 603 milhões. Já na importação de todas as matérias-primas tem-se o registro de R\$ 786 milhões, representando em média 40% nas importações (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

2.4.3 Saldo da balança comercial

O movimento comercial exposto na Figura 13 é crescente conforme a inserção internacional das mercadorias. O comércio chinês atinge praticamente a todos os países, 48 nas diferentes áreas, desde a indústria de tecnologia à fabricação de produtos em geral. O grande motor da economia chinesa tem sido setor exportador, dinamizando outras aéreas de influxo de capital. O que resulta num *superávit* nas transações comerciais (SILVA; VALADÃO, 2009).

Figura 13- Saldo da balança comercial, 2005-2015 (US\$ bilhões).



Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Percebe-se que a balança comercial, respectivamente, desde o ano de 2005 até 2015, apresentou um saldo superavitário, onde as exportações foram maiores do que as importações. Assim, no ano de 2005, partiu de um resultante saldo de US\$ 1,422 bilhões, para em 2015 (jan-out), saldar em US\$ 3,236 bilhões (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

2.5 RELAÇÃO COMERCIAL CHINA *versus* BRASIL

A relação sino-brasileira teve início entre os anos de 1970 e 1980, fortalecendo laços diplomáticos, políticos e econômicos, no qual “[...] os governos iniciaram conversações a respeito de cooperação em diferentes áreas com o intuito de alavancar o progresso e o desenvolvimento dos dois países” (GONÇALVES, 2015, p.25).

A partir daí seguiram diversas negociações que resultaram na assinatura de acordos e protocolos em diferentes esferas como: “[...] em relação a transporte marítimo, uso de energia nuclear, setor siderúrgico, eletricidade, além de cooperação científico-tecnológica, cultural, educacional, dentre outros – ao longo das décadas de 80 e 90” (GONÇALVES, 2015, p.25).

Ambos os países tinham interesses tanto políticos quanto econômicos por trás dessa aproximação e relação bilateral, por serem: *i)* países emergentes que buscavam maior visibilidade nos foros internacionais; *ii)* países em desenvolvimento, com grande potencial de crescimento de mercado e complementação na esfera produtiva (GOLNÇALVES, 2015).

O Quadro 15 apresenta de uma forma mais detalhada as motivações que envolvem a relação entre os dois países.

Quadro 15- Motivações que envolvem a relação Sino-Brasileira.

MOTIVAÇÕES CHINA X BRASIL	MOTIVAÇÕES BRASIL X CHINA
Vasta extensão de território e população, dotado de uma economia sofisticada.	Perspectiva de contratos e exportações brasileiras, diante do vasto crescimento da economia chinesa.
Importante fonte de abastecimento de matérias-primas e produtos.	Abertura de um mercado para fornecimento de serviços técnicos especializado à respeito de infraestrutura.
Desenvolvimento do potencial energético, com a experiência dos brasileiros	

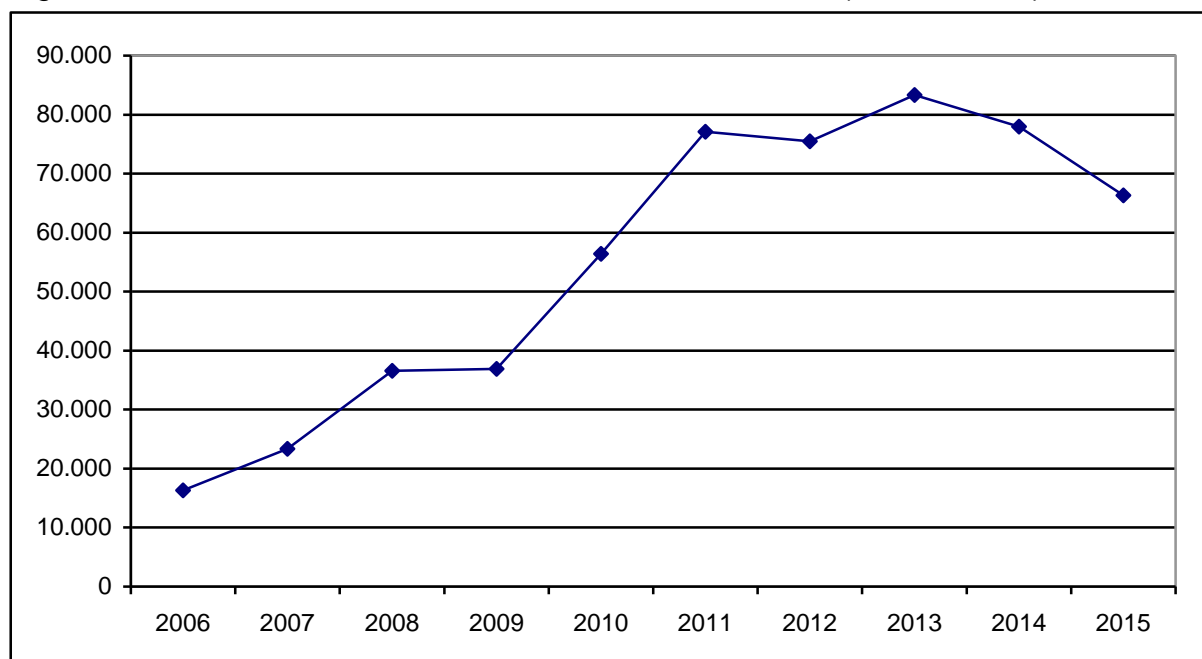
Fonte: Elaboração própria a partir de Gonçalves (2015).

“[...] o estreitamento das relações comerciais do Brasil com a China aponta um crescimento vigoroso, juntando-se ao clube dos principais parceiros comerciais do Brasil para as próximas décadas” de acordo com a Figura 14 (HIDALGO; FEISTEL, 2012, p.177).

No ano de 1998-1999 a comercialização com a China não atingia 2% do total, no entanto, entre 2000 e 2003, o mercado chinês ganhou importância, apresentando um crescimento na participação para 6,19%. No entanto, em 2005 registrou uma queda para 5,63%; porém, a partir desse ano, a participação nas negociações passou a aumentar gradativamente, onde em a China passou a ocupar o lugar de principal parceiro comercial do Brasil, atingindo 25,59% do total exportado pelo Brasil em 2010 (APEX BRASIL, 2011).

De acordo com a Figura 14, pode-se observar que a troca de bens entre os dois países é constante, apresentando variações negativas nos anos de 2012 (2,1%), 2014 (6,4%) e 2015 (14,9%), devido ao intercâmbio ter sido menor que no ano anterior. No entanto, o período em que obteve o maior valor registrado foi em 2013 com US\$ 83,330 milhões, em meio aos anos com variações negativas apresentadas (INVEST EXPOR BRASIL, 2016).

Figura 14- Intercâmbio comercial Brasil-China, 2006-2015 (US\$ milhões).

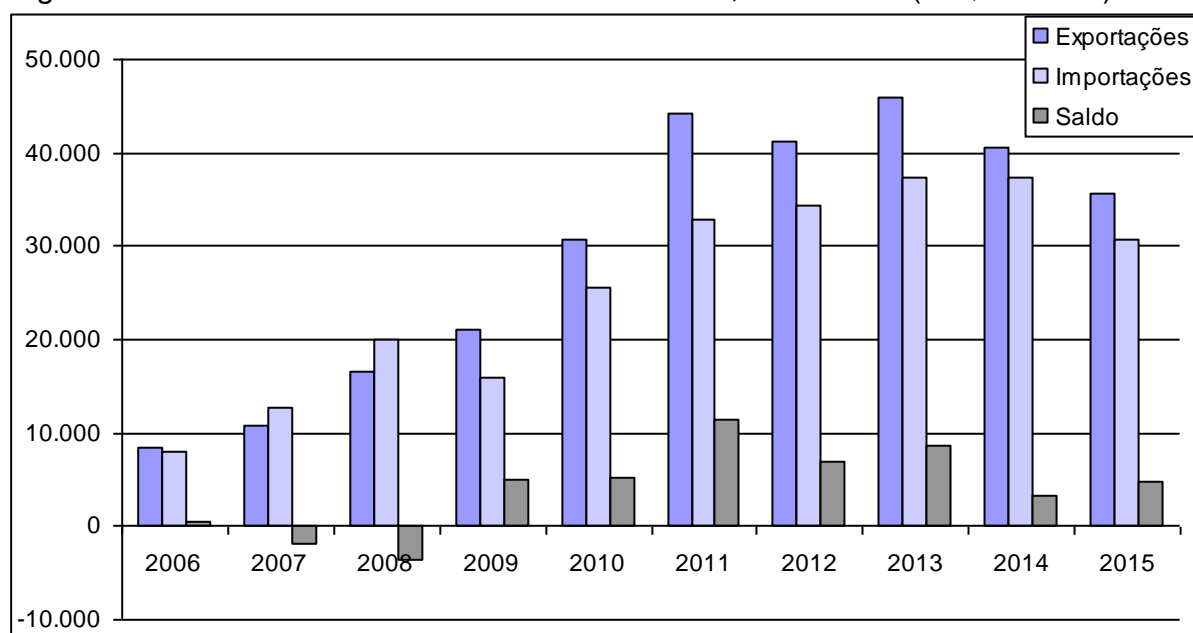


Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Analisar a relação comercial entre Brasil e China, por meio da Figura 15, revela aspectos importantes. “[...] primeiramente, observa-se um aumento expressivo do fluxo comercial entre os dois países a partir de 2006. Outro aspecto relevante é que, em 2006-2008, as importações da China superaram as exportações brasileiras” (APEX BRASIL, 2011, p.1).

A partir de 2009, quando a China se tornou a principal parceira comercial do Brasil, o fluxo das relações comerciais passou a ser superavitárias, delineando um saldo positivo, perante as exportações serem maiores que as importações. No período 2010-2011 houve um crescimento no saldo de R\$ 56,381 milhões para R\$ 77,105 milhões, consequentemente, mantendo-se estável nos últimos quatro anos (APEX BRASIL, 2011; INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

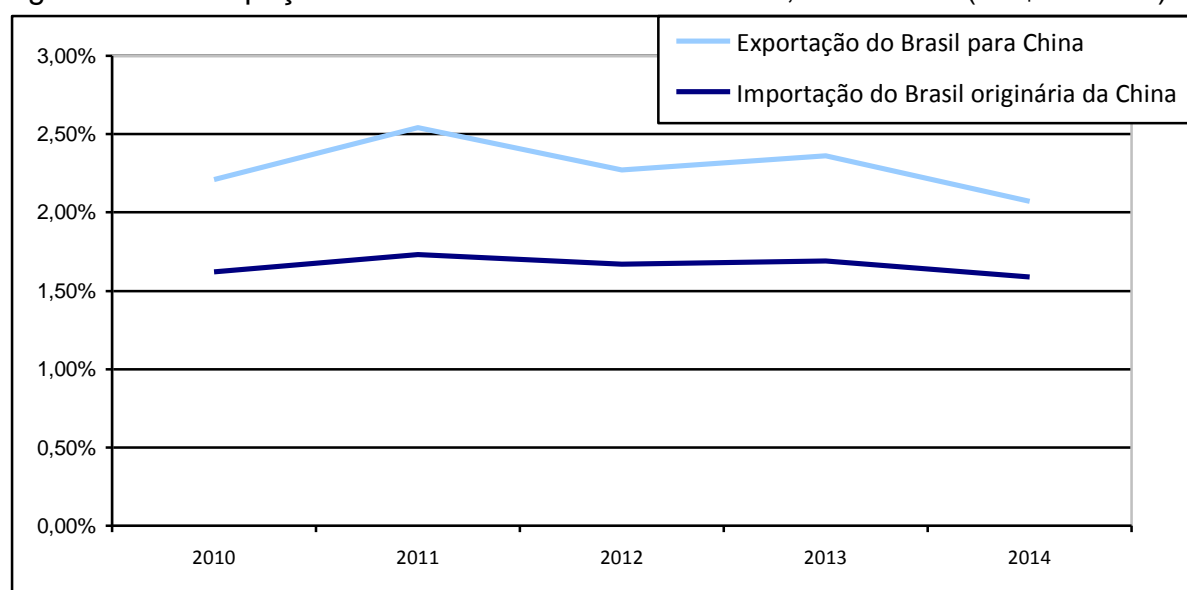
Figura 15- Corrente comercial e saldo Brasil-China, 2006-2015 (US\$ milhões).



Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Ao analisar a participação Brasil no comércio com a China, na Figura 16, consegue-se prever a importância que um mercado tem para o outro. “[...] se analisarmos a participação chinesa nas exportações brasileiras perceberemos períodos diferenciados de expansão e de estabilização”, por outro lado, ao analisar a série como um todo das importações “[...] nota-se que o crescimento na participação se deu de maneira gradual” (GONÇALVES, 2015, p.40).

Figura 16- Participação do Brasil no comércio da China, 2010-2014 (US\$ milhões).



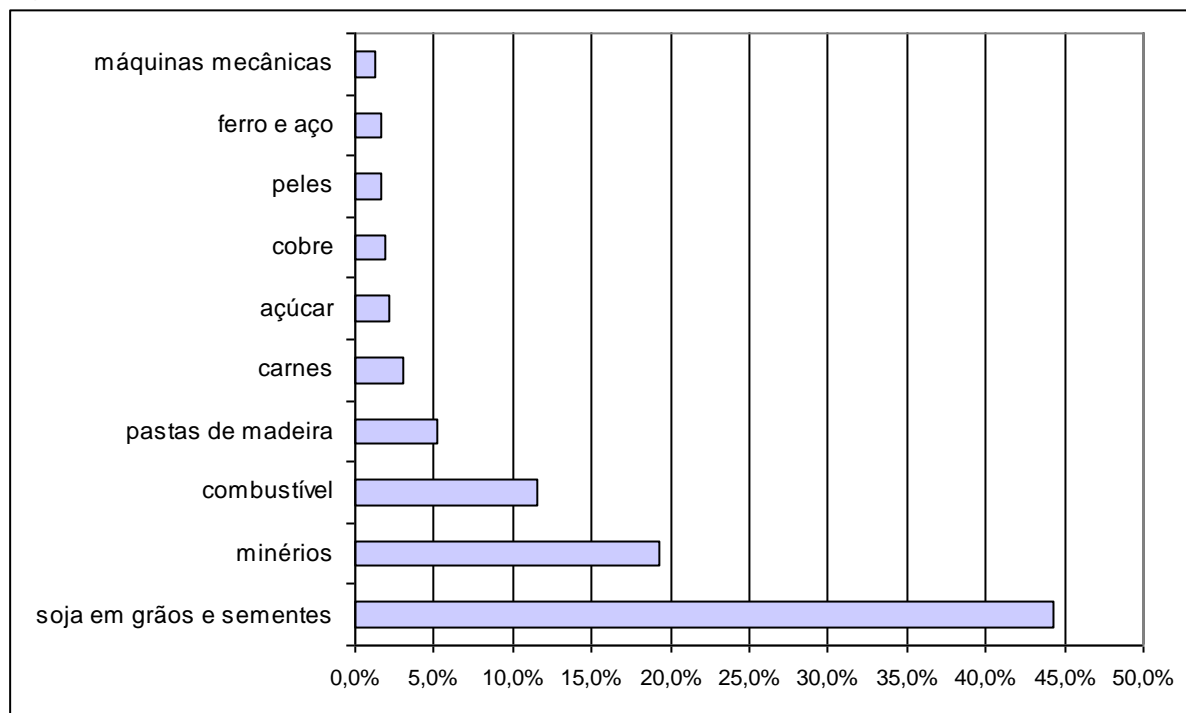
Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Identifica-se a influência que um país possui no mercado, a partir da participação nas trocas comerciais. O Brasil exerce influência comercial sobre a China com uma participação de uma média realizada no período dos quatro anos de 2,29% das exportações que o país realiza para a China. No entanto, as importações originárias da China para o Brasil, indicam uma relevância menor, uma média de 1,66% (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

2.5.1 Composição das exportações brasileiras para a China

Após a abertura comercial em 2009 ocasionaram-se mudanças na pauta das exportações brasileiras para o mercado chinês, no qual a exportação de produtos manufaturados em 1989 representava 72,4% e os produtos primários representavam 27,6%. Após o período considerado de mudança, a exportação dos produtos manufaturados decresceu para 20,7% e dos produtos primários aumentou para quase 80% do total das exportações (HIDALGO; FEISTEL, 2012). Conforme a Figura 17 nota-se que a mudança na pauta das exportações ainda prevalece nas pautas atuais.

Figura 17- Grupos de produtos exportados pelo Brasil para a China, 2015 (%).



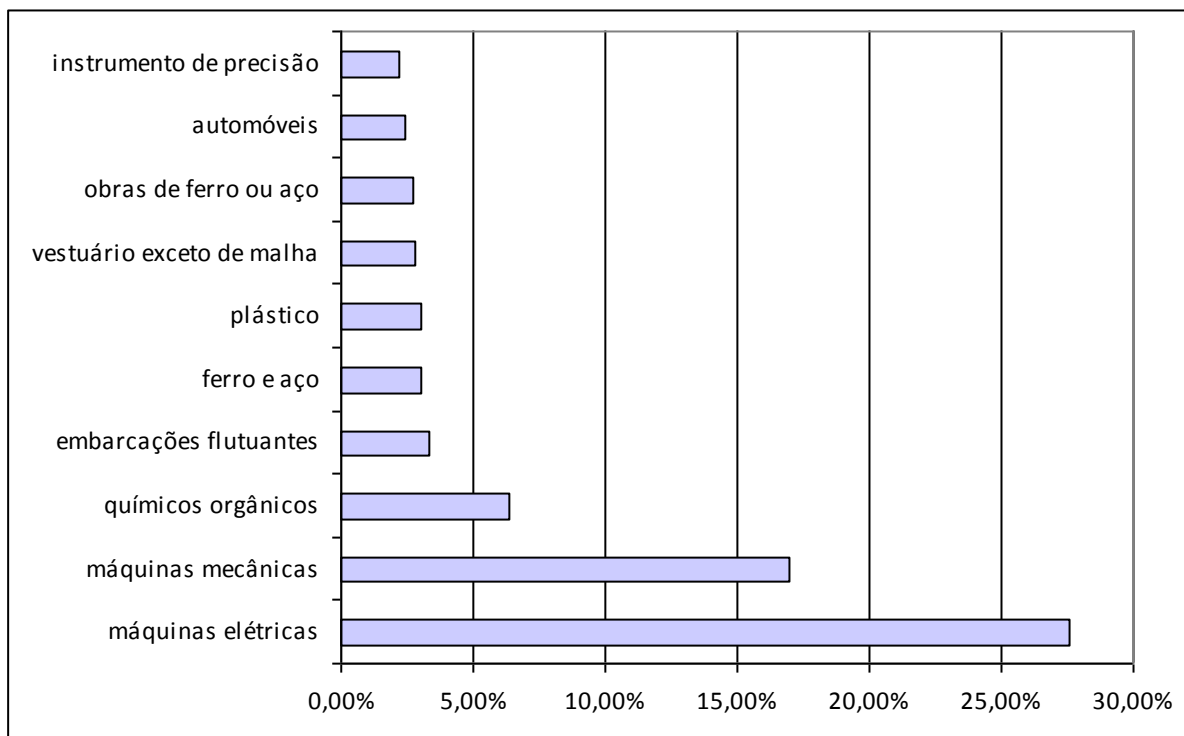
Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil (2016).

Entretanto, pode-se analisar que no período de 2015 as exportações de produtos primários totalizam em média 83% dominando as exportações para a China. No entanto os produtos manufaturados representam apenas 9%. Podendo-se concluir que, desde o período de 2009 até 2015, a pauta das exportações continuam apresentando o cenário de domínio entre os principais produtos exportados (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

2.5.2 Composição das importações brasileiras originárias da China

Demonstrando um cenário diferente das exportações, durante os períodos de 1989 a 2009, a pauta das importações na Figura 18 “[...] mostram uma redução significativa na participação relativa das importações dos grupos de produtos primários” (HIDALGO; FEISTEL, 2012, p.182), “[...] por outro lado, os produtos manufaturados tiveram um crescimento significativo de participação relativa nas importações, após a abertura comercial” (HIDALGO; FEISTEL, 2012, p.183).

Figura 18- Grupos de produtos importados pelo Brasil da China, 2015 (%).



Fonte: Adaptado do Invest Export Brasil Exteriores (2016).

Evidencia-se a continuidade na mudança da pauta das importações, relacionando os grupos de produtos importados da China pelo Brasil, destacam-se máquinas elétricas e mecânicas, somados representam 45% do total, comparados aos outros grupos que não chegam a 23% (INVEST EXPORT BRASIL, 2016).

Diante de todos os indicadores expostos do aumento significativo da participação da China no mercado internacional, devido a sua participação em cadeias regionais, impulsionada pelo número crescente de acordos de comércio (MIGUELI, 2013), conforme a subseção seguinte.

2.5.3 Acordos internacionais

Os acordos comerciais internacionais têm como objetivo sinalizar para os países o caminho a ser seguido, com o intuito de facilitar as transações de produtos ou serviços, eliminando barreiras, deixando um livre comércio. Proporcionando a isenção de impostos de importação e conseqüentemente, a diminuição no custo dos preços para o importador (MORINI, 2008).

Existem três tipos distintos de acordos, integrados aos acordos comerciais internacionais, que se diferenciam- entre si conforme sua amplitude: *i)* Multilateral - formado por um grande número de países, tendo como exemplo a OMC; *ii)* Regional- formado por países de determinadas regiões geográficas, como os blocos econômicos Nafta e Mercosul; e *iii)* Bilateral - formado por dois países, como o acordo sino-brasileiro (MORINI, 2008). Entretanto, conforme a estratégia de crescimento o país utiliza-se dos acordos que mais o propiciam para o momento (MORINI, 2008).

Para atingir seus objetivos em longo prazo, a China firmou acordos de assistência econômica, com cooperação bilateral, regional e global “[...] com nações latino-americanas nas áreas de agricultura, medicina, ajuda humanitária, cultura e desenvolvimento social” (PENNAFORTE; LUIGI, 2009, p.75).

Dos mais diversos acordos que possibilitou a maximização de sua produção econômica, demonstrando ao mundo a possibilidade de aderir novas regras, a adesão da Organização Mundial do Comércio - OMC (2001) e o Acordo de Livre Comércio - ALCA efetivado com os Estados Unidos, Islândia e o Chile (2006), com a Noruega (2008), Costa Rica e Peru (2009), e com os membros da ASEAN (2010), possibilitaram a aceder às políticas de não discriminação, a eliminação dos

controles de preço e a revisão da legislação doméstica a fim de cumprir as obrigações para com essa organização internacional (APEX BRASIL, 2011; MINGST; TOFT, 2014).

Com o intuito de fazer valer as novas leis de propriedade intelectual, o país esteve ativamente envolvido em acordos econômicos regionais, com os Estados-membros da Associação de Nações do Sudeste Asiático – ASEAN + 3 (mais China, Japão e Coreia do Sul), da Cooperação Econômica Ásia Pacífico-APEC, do Diálogo Ásia-Europa - ASEM e do Acordo Comercial Ásia-Pacífico - APTA (APEX BRASIL, 2011; MINGST; TOFT, 2014).

Dentre as relações bilaterais que a China possui com outro país, pode-se citar as relações sino-brasileiras, no qual discorreram das relações diplomáticas, com estabelecimento de cooperações nos Fóruns Multilaterais, passando a se posicionarem e tomarem (VILLELA, 2004), “[...] quase sempre, as mesmas decisões, além de defenderem o ponto de vista e os interesses do mundo em desenvolvimento” (VILLELA, 2004, p. 4). Dessa forma, conduzindo um elevado nível de relacionamento entre os dois países, resultou em uma parceria estratégica, no qual desde 1974 até os dias atuais, vem desenvolvendo-se e aprofundando-se, de acordo com o Quadro 16 (VILLELA, 2004).

Quadro 16- Cronologia das relações bilaterais Brasil x China.

(Continua)

ANO	ACONTECIMENTO
1974	Estabelecimento das relações diplomáticas.
1988	Início do programa CBERS (China-Brazil Earth Resource Satellites).
1995	Brasil apoia à entrada da China na OMC.
1999	Lançamento do satélite CBERS-1
2000	China tornou-se o maior parceiro comercial do Brasil na ÁSIA.
2003	Lançamento do satélite CBERS-2
2004	Criação da Comissão Sino-Brasileira de Alto Nível de Concertação e Cooperação (COSBAN).
	Assinatura de Memorando de Entendimento sobre Cooperação em Matéria de Comércio e Investimento, no qual o Brasil reconhece o status de economia de mercado para a China.
2007	Criação do Diálogo Estratégico entre as Chancelarias.
	Lançamento do satélite CBERS-2B.
	I Reunião do Diálogo Estratégico Brasil-China, Pequim.
2010	Participação na II Cúpula do BRICS, em Brasília.
	Assinatura do Plano de Ação Conjunto Brasil-China 2010-2014.
2011	Assinatura do Plano de Ação Conjunta Brasil-China em Saúde 2011-2014.
2012	II Reunião da COSBAN.
	Assinatura do Plano Decenal de Cooperação 2012-2021.
	Elevação das relações ao nível de Parceria Estratégica Global.
	Criação do Diálogo Estratégico Global entre Chanceleres.
	A China tornou-se o principal importador de produtos brasileiros.

Quadro 16- Cronologia das relações bilaterais Brasil x China.

(Conclusão)

ANO	ACONTECIMENTO
2013	III Reunião da COSBAN.
	Lançamento do satélite CBERs 3.
2014	I Reunião de Diálogo Estratégico Global.
	Participação na VI Cúpula do BRICS.
	Lançamento do satélite CBERs 4.
2015	I Reunião Ministerial do Foro CELAC-China.
	Assinatura do plano de Ação Conjunta Brasil-china 2015-2021.
	Realização da IV Seção Plenária da COSBAN.
	Reunião dos Ministros das Relações Exteriores do BRICS, à margem da 70ª Sessão Anual da Assembleia Geral das Nações Unidas.
2016	Seminário Empresarial de Alto Nível Brasil-China.

Fonte: Elaboração própria a partir de ITAMARATY (2017).

No entanto, vale ressaltar a atuação conjunta dos dois países em mecanismos internacionais responsáveis pela “[...] discussão de diversos tópicos da agenda internacional, como economia, desenvolvimento e mudança do clima”, como BRICS, G20 e BASIC (ITAMARATY, 2017, p.1).

Desta forma, a China vem buscando acordar suas negociações para facilitar e aumentar os fluxos da demanda chinesa e a participação no mercado internacional, o capítulo seguinte abordará as perspectivas de crescimento do mercado chinês.

2.5.4 Perspectivas de crescimento

De acordo com o Relatório de Gestão elaborado por Jaguaribe (2017) do Senado Federal do Brasil, a China vem apresentando uma contínua desaceleração no crescimento econômico. No qual, durante três décadas consecutivas apresentava uma taxa de crescimento de 10% ao ano, passou para 6 a 7% os anos atuais.

Entre os fatores considerados “forças motores” que contribuíram para a desaceleração da economia chinesa estão a diminuição dos investimentos em manufatura, no setor imobiliário e as reservas internacionais (ITAMARATY, 2017; JAGUARIBE, 2017).

Os investimentos imobiliários cresceram apenas 1% em 2015 e 7,2% nos primeiros quatro meses de 2016, comparado a 10,5% em 2014. Os investimentos em ativos fixos cresceram 10,0% em 2015 e 10,5% nos primeiros quatro meses de 2016, contra 15,7% em 2014, continuando a desaceleração iniciada em setembro de 2009, quando os investimentos cresceram 33,3%, ainda puxados pelo enorme pacote de estímulo fiscal utilizado pelo governo para conter os efeitos da crise financeira de 2008

(antes da crise, os investimentos cresciam a uma média de 25% ao ano) (JAGUARIBE, 2017, p.8).

O desejo de estimular a economia teria como base manter a confiabilidade na moeda como uma reserva no valor, no entanto, o governo vem sendo criticado por falhas na comunicação com o mercado, devido as depreciações criadas de surpresa (JAGUARIBE, 2017).

Em dezembro do ano passado, o Banco do Povo anunciou que a cotação do renminbi se daria com base em três cestas de moedas diferentes. O renminbi registrou, em 8 de janeiro de 2016, o menor valor desde outubro de 2010, e o Banco Central interveio no mercado para conter a queda. Desde então, o renminbi permaneceu relativamente estável em relação às cestas indicadas e ao dólar, sugerindo que, no momento, a preocupação do Governo é estabilizar a moeda e conter os fluxos de saída de capitais (JAGUARIBE, 2017, p.9).

As reservas internacionais vêm registrando queda desde 2014-2015, quando do seu patamar histórico de US\$ 4 trilhões em junho de 2014, recuou para US\$ 513 bilhões em 2015, US\$ 320 bilhões em 2016 e US\$ 12,3 bilhões em janeiro de 2017 (ITAMARATY, 2017). “[...] para combater a fuga de divisas, Pequim adotou restrições à saída de capitais no final de 2016 e elevou as taxas de juros em fevereiro de 2017” (ITAMARATY, 2017, p.1).

No entanto, as incertezas perante o crescimento e as intervenções do governo no mercado causara queda na bolsa chinesa no início de 2016 (JAGUARIBE, 2017). Devido aos fatores principais que analistas avaliam pelo fato da desvalorização da moeda:

i) redução da confiança nas perspectivas de longo prazo da economia chinesa, cuja taxa de crescimento caiu de 10,6% em 2010 para 6,7% em 2016; ii) preocupação com o nível de endividamento no país ("bolha de crédito"); iii) expectativa de elevação das taxas de juros nos EUA; e iv) pagamentos de dívidas contraídas no exterior por empresas chinesas (ITAMARATY, 2017, p.1).

Entretanto, as autoridades chinesas já estão tomando medidas necessárias para estagnar a desaceleração da economia, “[...] por meio dos mecanismos tradicionais de estímulo, priorizando a manutenção do crescimento” (JAGUARIBE, 2017, p.9). No primeiro trimestre de 2016, foram divulgados dados que apresentam aumento na importância do crédito para custear o ritmo atual. Em 2015 o financiamento foi de RMB 4,6 trilhões, comparado ao crescimento de 2016 em 43,5%, saltando para RMB 6,6 trilhões (JAGUARIBE, 2017).

O próximo capítulo destaca os procedimentos metodológicos pelos quais foram aplicados nesta pesquisa.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os procedimentos metodológicos buscam explicar os motivos pelos quais o pesquisador escolheu determinados caminhos, a fim de atingir os conhecimentos necessários, aplicando a metodologia adequada (CARVALHO et al, 2000).

Assim, a metodologia é um estudo do método, onde há um corpo de regras e procedimentos estabelecidos para a realização da pesquisa, enquanto, científica deriva de ciência, a qual busca compreender um conjunto de conhecimentos precisos e ordenados em relação a determinado domínio do saber (TARTUCE, 2006).

Contudo, a metodologia científica é um estudo sistemático e lógico dos métodos empregados na ciência, seus fundamentos, sua validade e sua relação com as teorias existentes, utilizados na pesquisa (TARTUCE, 2006). Dessa forma, “[...] tanto os métodos quanto as técnicas devem adequar-se ao problema a ser estudado, às hipóteses levantadas e que se queira confirmar, ao tipo de informantes com que se vai entrar em contato” (LAKATOS; MARCONI, 2010, p.147).

De acordo com a contextualização, as subseções a seguir apresentam o delineamento da pesquisa com base nos objetivos específicos, a definição da área e/ou população-alvo, o plano de coleta de dados e por último, o plano de análise dos dados da pesquisa.

3.1 DELINEAMENTO DA PESQUISA

O delineamento da pesquisa tem como objetivo traçar a proposta daquilo que se pretende realizar. Assim, o pesquisador obtém uma melhor orientação da execução da sua pesquisa, envolvendo desde a formulação, a previsão de análise até a interpretação de coleta de dados (GIL, 2007). Desta forma, a maneira com a qual o pesquisador vai definir as técnicas de sua pesquisa é de extrema importância, portanto, “[...] o uso de termos apropriados, de definições corretas, contribui para a melhor compreensão da realidade observada” (LAKATOS; MARCONI, 2010, p.144).

Dentre as técnicas que compõem o delineamento da pesquisa, empregou-se uma abordagem essencialmente qualitativa, na qual, utiliza o ambiente como fonte direta dos dados e o pesquisador como instrumento chave, “[...] envolve a obtenção dos dados descritivos sobre pessoas, lugares e processos interativos

pelo contato direto do pesquisador com a situação estudada, procurando compreender os fenômenos segundo as perspectivas dos sujeitos” (GODOY, 1995, p.58). Com isso, a presente pesquisa tratou dos assuntos relacionados a participação da China nos negócios internacionais de forma qualitativa, descrevendo e caracterizando o perfil dos entrevistados, suas percepções e perspectivas perante o assunto objeto de estudo, fazendo com que a pesquisadora una as bibliografias disponíveis com as informações da pesquisa.

Seguindo a proposta do delineamento da pesquisa, quanto aos fins investigativos, o estudo foi construído baseado em uma pesquisa descritiva e exploratória.

De acordo com Gil (2008, p.28) “[...] as pesquisas descritivas são, juntamente com as exploratórias, as que habitualmente realizam os pesquisadores sociais preocupados com a atuação na prática”. Nas quais, a pesquisa descritiva é caracterizada pela observação, registro, análise e interpretação dos fenômenos do mundo físico sem a interferência do pesquisador (BARROS; LEHFELT, 2007).

Sampieri (2006) e Vergara (2009) reforçam ainda que, a pesquisa descritiva tem a finalidade de descrever as características da população alvo ou de determinados acontecimentos, sendo que a mesma, não tem o objetivo de sugerir saídas para os problemas definidos, mas sim, descrever os fatos. Gil (2008) complementa que uma das técnicas utilizadas na pesquisa descritiva seria por meio de uma pesquisa de campo.

Já a pesquisa exploratória busca o estabelecimento de critérios, métodos e técnicas para elaboração da pesquisa, visando oferecer informações sobre o objeto de estudo e orientar a formulação das hipóteses (CERVO; SILVA, 2006). “[...] são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato” (GIL, 2008, p.27). Gil (2008) acrescenta ainda que, o objetivo de uma pesquisa exploratória é buscar familiarizar o pesquisador com o assunto abordado através da pesquisa bibliográfica, e consequentemente, construir hipóteses sobre o conhecimento adquirido.

Correlacionando com contexto acima, o estudo baseou-se em uma pesquisa descritiva, uma vez que buscou caracterizar o perfil pessoal e profissional dos executivos internacionais, identificando suas percepções sobre a participação da China no mercado internacional, por meio de uma abordagem descritiva. E

exploratória, uma vez que existem poucos estudos que focam a sua análise na percepção de executivos internacionais perante o universo chinês.

Quanto aos meios de investigação, caracterizou-se como uma pesquisa bibliográfica e de campo.

Na qual, a pesquisa bibliográfica é uma fonte de dados indispensável, que permite ao pesquisador fazer uma análise geral dos principais documentos já publicados, capazes de fornecer conteúdos relevantes relacionados com o tema (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Desta forma, o Quadro 17 apresenta o material teórico utilizado para embasar o estudo, tendo como objetivo fortalecer o tema escolhido com base em teorias e dados de autores já publicados. Segundo Gil (2008, p.73) é preciso a “[...] identificação das fontes capazes de fornecer as respostas adequadas à solução do problema proposto”.

Quadro 17- Principais referências bibliográficas utilizadas no marco teórico.

(Continua)

ASSUNTO ABORDADO	TÍTULO	AUTORES
Economia Internacional	Economia internacional	Baumann; Gonçalves (2015)
	Economia internacional	Field Junior; Appeyard; Cobb (2008)
	Corrente do comércio mundial	WTO (2015)
	Entrada IED por economia mundial	UNTAD (2015)
Teorias Econômicas	A evolução da economia	Batista (2012)
	Testando a validade da teoria da compensação	Freitas; Coutos; Dantas (2010)
	Teoria geral do emprego, do juro e da moeda	Keynes (1996)
	Um ensaio sobre o princípio da população	Malthus (1999)
	Teoria keynesiana	Oliveira et tal [200-]
	Os dois métodos da teoria econômica	Pereira (2003)
	Correntes teóricas	Prado (2001)
	Princípios econômicos da política e tributação	Ricardo (1996)
	Introdução a economia	Sanches [entre 2010 e 2017]
	Os economistas	Smith (1996)
	Negociação internacional baseada na influência cultural	Bonrnhofen; Kistenmacher (2007)
	Negócios internacionais	Cavusgil; Knight; Riesenber (2010)
Teorias Econômicas	Administração dos negócios internacionais	Mañas (2009)
	Negociação	Mills (1993)
Executivos Internacionais	Desenvolvimento de executivos internacionais	Hollenbeck; McCall Junior (2003)
	Negociando com a China	Tang; Bulhões; Duzert (2003)

Quadro 17- Principais referências bibliográficas utilizadas no marco teórico.

(Conclusão)

ASSUNTO ABORDADO	TÍTULO	AUTORES
Executivos Internacionais	Perfil do executivo no mercado globalizado	Vierira et tal (1999)
China e o Mercado Internacional	Dados econômicos da China	Invest Export Brasil (2017)
	Determinantes do comércio Brasil-China de commodities e produtos industrializados	Mortatti (2009)
	Crescimento econômico e competitividade chinesa	Negri et tal (2008)
	O comércio Brasil-China	Puga et tal (2004)
	A inserção chinesa no mercado internacional	Souza; Barros (2016)
	Relações comerciais entre Brasil-China	Tusco (2010)
Relação Comercial China <i>versus</i> Brasil	China: perfil e oportunidades comerciais	Apex Brasil (2011)
	A evolução das relações comerciais Brasil-China de 1994 a 2014	Gonçalves (2015)
	Intercâmbio comercial Brasil-China	Hidalgo; Feistel (2012)
	Evolução do comércio Brasil-China	Invest Export (2016)
Acordos Comerciais	Princípios das relações internacionais	Mingst; Toft (2014)
	Negociações Internacionais	Morini (2008)
	As relações comerciais entre Brasil e China e as possibilidades de crescimento e diversificação das exportações de produtos brasileiros ao mercado chinês	Villela (2004)
Perspectivas de Crescimento	Perspectivas de crescimento da China	Itamaraty (2017)
	Relatório de gestão do Senado Federal	Jaguaribe (2017)

Fonte: Elaboração própria (2017).

Após a pesquisa bibliográfica, fase que propõe um embasamento teórico para o problema, a pesquisa de campo, “[...] é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimentos acerca de um problema, para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese, que se queira comprovar” (LAKATOS; MARKONI, 2003, p.185), ou até mesmo descobrir novos fenômenos ou a relação entre as hipóteses e as teorias das fontes bibliográficas (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Deste modo, a pesquisa de campo do presente estudo foi aplicada com executivos internacionais que possuem relação comercial com a China, definidos na seção a seguir.

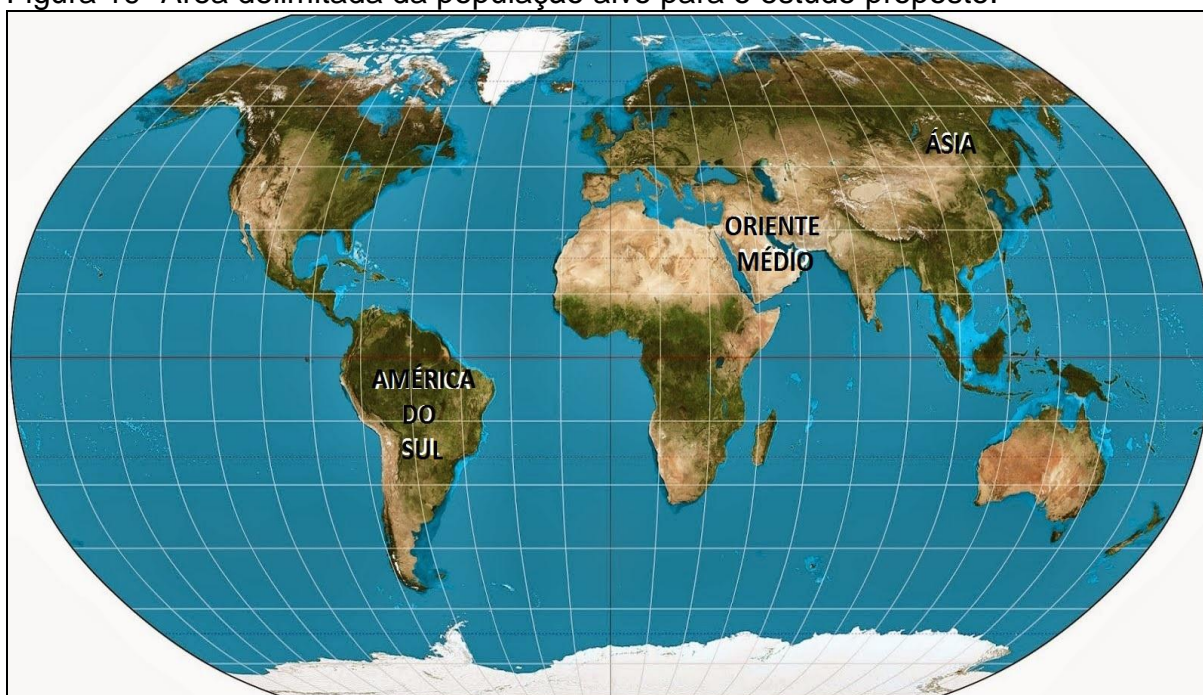
3.2 DEFINIÇÃO DA ÁREA E/OU POPULAÇÃO-ALVO

A definição da área e/ou população-alvo envolve a execução da pesquisa, na qual se dá por base na escolha de um conjunto de elementos ou indivíduos que possuem as mesmas características que serão objeto de estudo, de interesse para o pesquisador (COZBY, 2003; VERGARA, 2007). Como na maioria das vezes é improvável a execução do levantamento total de uma população, define-se a amostra, sendo uma parcela significativa da população ou do universo pesquisado (SILVEIRA; GERHARDT, 2009).

O objeto de estudo teve como definição da área/população-alvo e amostra por acessibilidade, contando com a participação de 14 executivos internacionais, sendo (8 do Brasil, 3 da China e um executivo do Paraguai, Uruguai e Israel). A Figura 19, destaca a distribuição geográfica desta amostra.

A pesquisa delimitou-se somente nestes três países pelo fato de a pesquisadora obter acesso por indicação, dos endereços de e-mails dos executivos que se encontram localizados nos respectivos lugares. Contudo, delineando o perfil dos executivos internacionais que negociam diretamente com os chineses, não determinando uma amostra, na qual, será apresentada pelo maior número de respostas que a pesquisa obteve.

Figura 19- Área delimitada da população alvo para o estudo proposto.



Fonte: Elaboração própria (2017).

No entanto, a seção seguinte abordará os assuntos relacionados com a maneira na qual o pesquisador utilizou para coletar os dados e qual a técnica utilizada, que melhor se adequou a pesquisa.

3.3 PLANO DE COLETA DE DADOS

Compõem o plano de coleta, a origem dos dados, na qual, designa qual meio utilizado, de acordo com a necessidade da pesquisa; e a técnica de coleta de dados, onde, é um conjunto de regras utilizadas por uma ciência (LAKATOS; MARCONI, 2003).

O presente estudo utilizou no plano de coleta, dados de origem primária, oriundos de quem realmente realizou as observações (LAKATOS; MARCONI, 2003). Que por sua vez, a elaboração e investigação direta dos dados foi realizada pela pesquisadora, adjunto aos executivos por meio da técnica de coleta de dados utilizada nesta pesquisa.

Para a técnica de coleta de dados aplicada para o presente estudo, utilizou-se de questionários, “[...] constituído por uma série ordenada de perguntas, que devem ser respondidas por escrito e sem a presença do entrevistador” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.200), composto por uma combinação de perguntas abertas e fechadas. As perguntas abertas ou “[...] também chamadas livres são as que permitem ao informante responder livremente, usando linguagem própria, e emitir opiniões” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.203), possibilitando investigações mais profundas e precisas. Já as perguntas fechadas ou “[...] também denominadas limitadas, são aquelas que o informante escolhe sua resposta entre as opções” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.203).

Entretanto, a elaboração do questionário requer organização, em que se devem levar em conta os tipos, a ordem, os grupos de perguntas e a formulação das mesmas, a fim de aumentar a eficácia e a validade dos questionamentos e das possíveis respostas (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Desta forma, como a população alvo são executivos internacionais, fez-se necessário a tradução dos questionários do português, para o inglês e o espanhol. Sua estrutura ficou subdividida em três grupos: o primeiro e o segundo grupo, tendo como objetivo delinear o perfil dos executivos internacionais e o perfil da experiência dos executivos no mercado internacional, distribuindo dentre eles, em suma,

perguntas fechadas com um objetivo de fato, “[...] dizem respeito a questões concretas, tangíveis, fáceis de precisar; referem-se a dados objetivos: idade, sexo, profissão etc” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.207). No entanto, o terceiro grupo de perguntas, foi constituído totalmente por perguntas abertas, elaborado para designar a percepção da participação da China no contexto internacional, subdividido em seções: *i)* política externa; *ii)* oportunidades e desafios; *iii)* desenvolvimento e perspectivas.

Segundo Lakatos e Marconi (2003, p.202), “[...] o questionário deve ser limitado em extensão e em finalidade. Se for muito longo, causa fadiga e desinteresse; se curto demais, corre o risco de não oferecer suficientes informações. Deve conter de 20 a 30 perguntas”. Seguindo a linha de pensamento dos autores, o questionário da pesquisa é composto por 22 perguntas, dentro dos três grupos subdivididos.

Complementado a importância de que “[...] junto com o questionário deve-se encaminhar uma nota ou carta explicando a natureza da pesquisa, sua importância e a necessidade de obter respostas, tentando despertar interesse do recebedor” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.200), com o intuito de que o entrevistado responda e devolva o questionário dentro do prazo estipulado. Assim, no corpo do questionário da pesquisa, foi elaborado um roteiro de entrevista, compondo o nome do pesquisador, junto ao orientador, seguido do objetivo geral proposto pelo estudo.

Deste modo, os questionários compostos pela estrutura apresentada neste contexto, foram enviados via e-mail, no dia 02 de maio, com a previsão de respostas para o dia 10 de maio.

3.4 PLANO DE ANÁLISE DOS DADOS

O plano de análise dos dados é constituído por técnicas implantadas pelo pesquisador para a execução de pesquisas diferenciadas. Mozzato e Grzybovski (2011, p.733) ainda acrescentam “[...] a escolha do procedimento mais adequado depende do material a ser analisado, dos objetivos da pesquisa e da posição ideológica e social do analisador”.

A análise de conteúdo consiste em “[...] um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens” (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011, p.734).

Nesse sentido, geralmente quando a análise de conteúdo é escolhida como procedimento de análise dos dados mais adequado, além de ser realizada a interpretação após a coleta dos dados, desenvolve-se por meio de técnica refinada, especialmente nas pesquisas qualitativas (MOZZATO; GRZYBOVSKI, 2011).

Assim, os dados coletados na pesquisa objeto de estudo, deram-se essencialmente de forma qualitativa, por meio da interpretação das respostas dos executivos internacionais, permitindo ao entrevistado expor sua opinião/experiência sobre o assunto.

O próximo capítulo apresenta os resultados da pesquisa realizada junto aos executivos internacionais.

4 ANÁLISE DOS DADOS DA PESQUISA

O presente capítulo discorre sobre os resultados obtidos na pesquisa, realizada por meio de questionários encaminhados aos executivos internacionais que possuem relação comercial com a China. Deste modo, serão apresentados desde o delineamento do perfil pessoal e profissional, da experiência dos executivos internacionais, bem como suas percepções da participação da China no contexto internacional relacionada com a política externa, oportunidades e desafios; desenvolvimento e suas perspectivas perante o mercado chinês.

A fim de apresentar os melhores resultados da pesquisa, o Quadro 18 evidencia as informações obtidas conforme os objetivos específicos do estudo.

Quadro 18- Objetivos específicos *versus* estrutura da pesquisa.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ESTRUTURA DOS RESULTADOS
Caracterizar o perfil e a experiência profissional de executivos no mercado internacional.	4.1 Perfil dos executivos internacionais. 4.2 Perfil da experiência dos executivos no mercado internacional.
Destacar a percepção de executivos internacionais perante a política externa da China.	4.3 Percepção da participação da China no contexto internacional. 4.3.1 Política externa: percepção quanto a presença da China. 4.3.2 Política externa: percepção quanto a participação do governo. 4.3.3 Política externa: percepção quanto a política fiscal e monetária. 4.3.4 Política externa: percepção quanto a pauta exportadora e importadora. 4.3.5 Política externa: percepção quanto a dependência comercial.
Apresentar as oportunidades e desafios da presença na China nos negócios internacionais.	4.3.6 Oportunidades e desafios. 4.3.6.1 Oportunidades do mercado chinês no contexto internacional. 4.3.6.2 Desafios enfrentados devido a presença da China no contexto internacional. 4.3.6.3 Posicionamento chinês, oportunidades e desafios enfrentados devido a presença da China, no ramo de atuação de cada executivo.
Demonstrar as expectativas para o desenvolvimento da China para os próximos anos.	4.3.7 Desenvolvimento e perspectivas. 4.3.7.1 Impacto do custo da mão-de-obra chinesa no contexto internacional. 4.3.7.2 Principais fatores relevantes que faz as empresas optarem em investir na China. 4.3.7.3 Percepção perante o desenvolvimento da china para os próximos anos.

Fonte: Elaboração própria (2017).

Vinculando os objetivos específicos com a estrutura dos resultados o capítulo a seguinte, percorre no contexto do quadro acima.

4.1 PERFIL DE EXECUTIVOS INTERNACIONAIS.

Com relação ao perfil de executivos internacionais, o Quadro 19 destaca um perfil pessoal dos entrevistados, com ênfase para o país de origem, gênero, idade, domínio de idiomas, formação acadêmica, bem como a especialização.

Quadro 19- Perfil de executivos internacionais.

CONTINENTE	PAÍS	GÊNERO	IDADE	IDIOMA	TITULAÇÃO	ESPECIALIZAÇÃO
América do Sul	Brasil	Feminino	25 a 30	Português Espanhol Inglês	Graduada	-
				Português Espanhol Inglês Alemão	Especialista	International Business Consulting na Alemanha
			55 a 60	Português Espanhol Inglês Francês Italiano	Especialista	Comércio Exterior/ Relações Internacionais
		Masculino	25 a 30	Português Espanhol Inglês	Especialista	Comércio Exterior e Negociações Internacionais.
				Português Espanhol Inglês	Especialista	Gestão em Comércio Exterior
			35 a 40	Português Espanhol Inglês Francês Italiano	Mestrado Incompleto	Propaganda e Marketing/ Magistério Superior
				Português Espanhol Inglês	Mestrado Incompleto	Gestão Empresarial.
			60 a 65	Português Espanhol Inglês Italiano	Graduado	-
	Paraguai	Masculino	35 a 40	Português Espanhol Inglês	Graduado	-
	Uruguai	Masculino	45 a 50	Espanhol Inglês	Mestrado Incompleto	-
Ásia	China	Feminino	25 a 30	Inglês Chinês	Graduada	-
			25 a 30	Inglês	Graduada	-
			30 a 35	Inglês Mandarim	Mestra	Comércio Integrado: Contabilidade, Finanças, Economia
Oriente Médio	Israel	Masculino	40 a 45	Inglês	Mestre	-

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Percebe-se que os gêneros possuem participação igualitária no mercado, demonstrando maturidade. Este fato é comprovado, uma vez que a média de idade

é de 30 anos. Nota-se também que, no fator conhecimento de idiomas, a língua predominante é o Inglês. No entanto, o Espanhol também mostrou relevância, porém, somente nos países da América do Sul.

De acordo com a titulação, todos passaram por uma trajetória acadêmica, porém, somente alguns seguiram para a uma especialização *lato sensu* e *strict sensu*. Denota-se que as áreas em que se aprimoraram são relacionadas diretamente com mercado internacional e sua interfase com a gestão empresarial, contabilidade, finanças, economia e marketing.

4.2 PERFIL DA EXPERIÊNCIA DE EXECUTIVOS NO MERCADO INTERNACIONAL.

Conforme a experiência de executivos no mercado internacional, os Quadros 20 e 21 abordam pontos do perfil profissional dos entrevistados, destacando o tempo de atuação com o mercado exterior, o cargo que exerce/exerceu com relação direta no mercado internacional, o tempo de experiência com o mercado chinês, bem como, os setores industriais e os mercados que possui experiência no contexto internacional.

Quadro 20- Perfil da experiência de executivos no mercado internacional.

CONTINENTE	PAÍS	ATUAÇÃO	CARGO	MERCADO CHINÊS
América do Sul	Brasil	5 a 10 anos	Analista de comércio exterior	5 a 10 anos
			Assistente comercial e operacional de exportação	
			Gerente comercial	
		10 a 15 anos	Assistente de exportação	1 a 5 anos
			Especialista de e-commerce para Hamburg-Süd	
			Analista de comércio exterior	
	Paraguai	10 a 15 anos	Presidente	10 a 15 anos
			Trader	
		30 a 35 anos	Diretor comercial	20 a 25 anos
Ásia	China	10 a 15 anos	Trader	5 a 10 anos
			Gerente de exportação	10 a 15 anos
			Gerente comercial	
		20 a 25 anos	Presidente	
			Trader	
			Diretor comercial	
Oriente médio	Israel	15 a 20 anos	Gerente comercial	15 a 20 anos

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Identifica-se que os executivos entrevistados possuem experiência plena no mercado internacional, passando assim, desde os cargos iniciais que compõem a estrutura organizacional de uma empresa, como assistente e analista de comércio exterior, até níveis mais elevados, como gerência, direção e presidência. Destacando a experiência com o mercado chinês, observou-se que todos os níveis apresentados, possuem ou já possuíram relação comercial com uma das maiores economias internacionais.

Quadro 21- Perfil da experiência de executivos no mercado internacional.

CONTINENTE	PAÍS	SETORES INDUSTRIAIS ATUANTES	MERCADOS ATUANTES
América do Sul	Brasil	Cerâmico, Metal mecânico e Vestuário	América do Sul, Central e Norte, Europa, Rússia, Ásia, Oceania, África e Oriente Médio
		Cerâmico, Metal mecânico, Químico e Máquinas e equipamentos	América do Sul, Central e Norte, Europa e Ásia
		Cerâmico	América do Sul, Central e Norte e África
		Máquinas e equipamentos, Material elétrico e Decoração	Ásia
		Cerâmico, Metal mecânico, Vestuário, Químico e Máquinas e equipamentos	América do Sul, Ásia e Oceania
		Cerâmico, Químico, Máquinas e equipamentos, Utilidades domésticas, Têxtil (cama, mesa e banho), Artigos de natal e festas, Alimentos, Bebidas, Equipamentos e serviços para supermercados	América do Sul, Central e Norte, Europa, Ásia, Oceania, África e Oriente Médio
		Agroindústria e Máquinas e equipamentos	América do Sul, Norte, Ásia e Oriente Médio
		Cerâmico e Máquinas e equipamentos	América do Sul, Central e Norte, Europa, Ásia, Oceania, África, Oriente Médio.
	Paraguai	Agroindústria, Metal mecânico e Químico	América do Sul, Central e, Norte, Europa e Ásia
	Uruguai	Agroindústria e Máquinas e equipamentos	América do Sul e Norte
Ásia	China	Metal mecânica e Máquinas e equipamentos	América do Sul e, Norte, Europa, Rússia, Ásia, Oceania, África e Oriente Médio
		Luz de emergência	América do Sul, Central e Norte, Europa, Ásia, Oceania e Oriente Médio
		Químico	América do Sul, Europa e Ásia
Oriente médio	Israel	Agroindustrial	Ásia

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Entretanto, percebe-se que, devido a plena experiência dos executivos no mercado internacional, abrangem, uma vasta amplitude a respeito dos setores industriais atuantes, destacando desde agroindústria, cerâmica, química, bem como,

os do ramo metal mecânico. Exercendo assim, o papel de executivo, englobando um extenso mercado atuante, no qual, em suma, apresentam participação em mais de três mercados, evidenciando a participação no mercado asiático.

4.3 PERCEÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DA CHINA NO CONTEXTO INTERNACIONAL.

Nesta etapa da pesquisa, procurou-se compreender a percepção dos executivos internacionais perante a participação da China quanto a política externa, oportunidades e desafios, bem como o desenvolvimento e perspectivas do país em estudo.

4.3.1 Política externa: percepção quanto a presença da China.

Com relação a política externa, destacam-se questionamentos relacionados com a presença chinesa no contexto internacional, a participação do governo, a política fiscal e monetária, a pauta exportadora e importadora, e por fim, a dependência comercial.

4.3.1.1 Percepção da China no contexto internacional.

O Quadro 22 apresenta na íntegra o posicionamento de cada executivo quanto a presença da China no contexto internacional, sob o prisma da política externa.

Os executivos internacionais têm bastante clareza no que diz respeito ao papel importante que a China desempenha no contexto internacional, na qual, segue uma política que estimula o crescimento, com um planejamento voltado para o futuro.

Deste modo, oferecendo oportunidades de negócios, devido ao seu amplo mercado, buscando tanto a exportação de seus produtos, como também, o controle das commodities.

A China segue um plano de médio – longo prazo na busca tanto de exportação dos seus produtos como também ter controle das commodities e matérias primas em outros países, para assim fechar o ciclo tanto de produção como de alimentação da sua imensa população (E1, BRASIL). A

China é exemplo de país que planeja o futuro, tendo como visão estar presente nos negócios globais em todas as formas (E5, BRASIL).

Quadro 22 – China no contexto internacional.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	CHINA NO CONTEXTO INTERNACIONAL
América do Sul	Brasil	<p>“A China segue um plano de médio – longo prazo na busca tanto de exportação dos seus produtos como também ter controle das commodities e matérias primas em outros países, para assim fechar o ciclo tanto de produção como de alimentação da sua imensa população” (E1).</p> <p>“A percepção é a fatia de mercado que o país detém, o posicionamento comercial é muito agressivo, dificultando o fortalecimento dos demais mercados internos a nível de produção” (E2).</p> <p>“China antes era vista como uma fonte de produtos de má qualidade, hoje em dia essa imagem mudou bastante. Ainda existem produtos cuja a qualidade é inferior mas também é o preço” (E3).</p> <p>“É um grande mercado consumidor para quem consegue entrar nele, mas ao mesmo tempo, vem tirando várias empresas de vários ramos e países de jogo devido sua enorme praça fabril” (E4).</p> <p>“A China é exemplo de país que planeja o futuro, tendo como visão estar presente nos negócios globais em todas as formas” (E5).</p> <p>“A China no contexto internacional pode oferecer ótimas oportunidades de negócios para países como o Brasil, por exemplo, para onde pode exportar um grande volume de suas commodities. Em contrapartida, também pode atrapalhar as vendas do mercado interno com exportações de produtos industrializados que chegarão ao nosso país a preços inferiores aos da indústria local” (E6).</p> <p>“De forma geral, quando trata-se de produtos, é um regulador de preços por deter a maior fatia da produção e consumo de quase todos os itens que se comercializa. O incremento ou diminuição de sua demanda, regula os preços do mercado internacional, tendo em vista que sua população corresponde a cerca de 1/6 da população mundial. No setor de serviços, sua influência é menor, tendo em vista que prestadores de serviços locais ainda sobressaem-se sobre os estrangeiros” (E7).</p> <p>“O produtos Chineses influenciam muito o mercado internacional com relação a competitividade em preços, medidas antidumping, variação o frete internacional, etc” (E8).</p>
	Paraguai	<p><i>“Tienen una fuerte participación en todos los ámbitos de mercado. El problema con sus productos sigue siendo en un 80% la calidad y duración de los mismos”</i> (E9).</p> <p>“Eles têm uma forte participação em todas as áreas do mercado. O problema com os seus produtos permaneça na qualidade de 80% e na sua duração” (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p><i>“Buena”</i> (E10).</p> <p>“Boa” (E10, tradução nossa).</p>

Quadro 22 – China no contexto internacional.

(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	CHINA NO CONTEXTO INTERNACIONAL
Ásia	China	<p><i>"In economic terms, nowadays, China play very important role in international market. Also the Chinese government enact some policy to stimulate the grow of economy. These are very important to us for build the confidence for foreign trade development in international market"</i> (E11).</p> <p>"Em termos econômicos, hoje em dia, a China tem um papel muito importante no mercado internacional. Também o governo chinês promulgar alguma política para estimular o crescimento da economia. Estes são muito importantes para nós para construir a confiança para o desenvolvimento do comércio exterior no mercado internacional" (E11, tradução nossa).</p> <p><i>"Important role/Manufacturer"</i> (E12).</p> <p>"Papel Importante / Fabricante" (E12, tradução nossa).</p> <p><i>"In my opinion, China plays an important role in the international context. 1. China provides a wide market for all countries. 2. China offers a massive labor pool at inexpensive rates"</i> (E13).</p> <p>"Na minha opinião, a China desempenha um papel importante no contexto internacional. 1. A China oferece um mercado amplo para todos os países. 2. China oferece uma enorme mão-de-obra a preços baratos" (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>"The Chinese presence in the international market represents in a giant supplier of products with technology and consumer of commodities, factors that are planned by its policy focused on the country's market growth since 1978"</i> (E14).</p> <p>"A presença chinesa no mercado internacional representa um gigante fornecedor de produtos com tecnologia e consumidor de commodities, fatores que são planejados por sua política focada no crescimento do mercado do país desde 1978" (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Devido ao seu posicionamento, como segunda maior economia mundial, possui grande influência a respeito do preço, frete e competitividade no mercado internacional.

De forma geral, quando trata-se de produtos, é um regulador de preços por deter a maior fatia da produção e consumo de quase todos os itens que se comercializa. O incremento ou diminuição de sua demanda, regula os preços do mercado internacional, tendo em vista que sua população corresponde a cerca de 1/6 da população mundial. No setor de serviços, sua influência é menor, tendo em vista que prestadores de serviços locais ainda sobressaem-se sobre os estrangeiros (E7, BRASIL). O produtos Chineses influenciam muito o mercado internacional com relação a competitividade em preços, medidas antidumping, variação o frete internacional, etc (E8, BRASIL).

Por outro lado, o gigantismo chinês é visto como uma participação ameaçadora, uma vez que atrapalhe as vendas/empresas do mercado interno. No que diz respeito, aos produtos fornecidos com baixa qualidade e preço inferior.

A percepção é a fatia de mercado que o país detém, o posicionamento comercial é muito agressivo, dificultando o fortalecimento dos demais mercados internos a nível de produção (E2, BRASIL). É um grande mercado consumidor para quem consegue entrar nele, mas ao mesmo tempo, vem tirando várias empresas de vários ramos e países de jogo devido sua

enorme praça fabril (E4, BRASIL). A China no contexto internacional pode oferecer ótimas oportunidades de negócios para países como o Brasil, por exemplo, para onde pode exportar um grande volume de suas commodities. Em contrapartida, também pode atrapalhar as vendas do mercado interno com exportações de produtos industrializados que chegarão ao nosso país a preços inferiores aos da indústria local (E6, BRASIL).

4.3.2 Política externa: percepção quanto a participação do governo.

Com relação a participação do governo chinês, o Quadro 23 apresenta o posicionamento de cada executivo a respeito da participação do governo chinês no posicionamento do país internacionalmente.

Quadro 23 – Participação do governo chinês.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	PARTICIPAÇÃO DO GOVERNO CHINÊS
América do Sul	Brasil	<p>“Fundamental para a competitividade da indústria, sem o controle do câmbio o cenário industrial seria muito diferente” (E1).</p> <p>“Não tenho um conhecimento aprofundado no assunto” (E2).</p> <p>“Desconheço” (E3).</p> <p>“O governo Chinês faz o que acha que é certo para seu crescimento. Concordo com eles, priorizando seu país e sua soberania fiscal” (E4).</p> <p>“A política cambial da China de controlar as variações do câmbio, mantendo a sua moeda desvalorizada com relação ao Euro ou Dólar, no meu ponto de vista acarreta na perda de competição por parte das outras economias” (E5).</p> <p>“Este controle do cambio faz parte do planejamento que traçaram a mais de 30 anos, para fazer da China uma potência mundial” (E6).</p> <p>“Altamente influente, pois o controle de seu câmbio determina não só a demanda, mas a precificação de muitos produtos, especialmente as commodities, utilizada em seu consumo e manufatura de seus produtos, como o aço e a soja, por exemplo” (E7).</p> <p>“Na minha percepção o governo Chinês controla de maneira muito eficaz o fluxo de importações e exportações no país, através do controle das taxas de cambio, impostos sob determinado produto, além de incentivos fiscais” (E8).</p>

Quadro 23 – Participação do governo chinês.

(Conclusão)

América do Sul	Paraguai	<p><i>“Desempeña un papel muy importante para el crecimiento a largo plazo del país, controlando los tipos de cambio, por ejemplo, permite una mayor expansión comercial”</i> (E9).</p> <p>“Desempenha um papel muito importante para o crescimento de longo prazo do país, as taxas de câmbio controlando, por exemplo, ele permite uma maior expansão do comércio” (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p><i>“Interferencia hacia el crecimiento”</i> (E10).</p> <p>“Interferência no sentido do crescimento” (E10, tradução nossa).</p>
Ásia	China	<p><i>“I think government participation has two sides, one is positive, push the products of china to export. To speed up the development of Chinese economy. The other is negative. China is market economy, if government participate to much, The market economy can not develop very well”</i> (E11).</p> <p>“Eu acho que os dois lados têm a participação do governo, um é positivo, empurrar os produtos da China para exportar. Para acelerar o desenvolvimento da economia chinesa. O outro é negativo. China é economia de mercado, se o governo participar tanto, a economia de mercado pode não se desenvolver muito bem” (E11, tradução nossa).</p> <p><i>“Support”</i> (E12).</p> <p>“Apoio” (E12, tradução nossa).</p> <p><i>“I think China is more and more open, as you know china is very large country and is the world's second largest economy. Some policy, such as exchange control is in order to get more smooth and healthy to developing the economy”</i> (E13).</p> <p>“Eu acho que a China está cada vez mais aberta, como você sabe a China é um país muito grande e é a segunda maior economia do mundo. Algumas políticas, tais como o controle de câmbio é, a fim de obter mais suave e saudável para o desenvolvimento da economia” (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>“I think the Chinese coming from behind are doing what they have to do in order to support their huge population on one hand while at the same time competing with similar countries in the region such as India and Indonesia”</i> (E14).</p> <p>“Penso que os chineses que vêm de trás estão a fazer o que têm de fazer para apoiar a sua enorme população, por um lado, ao mesmo tempo que competem com países semelhantes na região, como a Índia ea Indonésia” (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

De acordo com E8 (BRASIL), a China “[...]controla de maneira muito eficaz o fluxo de importações e exportações no país, através do controle das taxas de câmbio, impostos sob determinado produto, além de incentivos fiscais”, deste modo, “[...]determina não só a demanda, mas a precificação de muitos produtos, especialmente as commodities, utilizada em seu consumo e manufatura de seus produtos, como o aço e a soja, por exemplo” (E7, BRASIL).

Em contrapartida, “[...] a China é economia de mercado, se o governo participar tanto, a economia de mercado pode não se desenvolver muito bem” (E11, tradução nossa, CHINA).

4.3.3 Política externa: percepção quanto a política fiscal e monetária.

Diante da política fiscal e monetária articuladas para a expansão de crédito que a China possui, o Quadro 24 relata a percepção dos executivos, diante deste fato relevante para a economia expansionista do país.

Segundo os executivos a política fiscal e monetária da China é voltada para o crescimento econômico.

Para a China, é uma ferramenta importante e de propulsão da economia, ajudando bastante sua indústria nacional (E3, BRASIL). Controle da política fiscal e monetária consegue investimentos cada vez mais atrair no país, e a estrutura da melhor maneira de expandi-lo (E9, tradução nossa, PARAGUAI). Sim, é verdade. No ano recente, o governo chinês promulga uma política monetária fiscal para estimular o crescimento da economia (E13, tradução nossa, CHINA).

Quadro 24 – Quanto a política fiscal e monetária.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	QUANTO A POLÍTICA FISCAL E MONETÁRIA
América do Sul	Brasil	<p>“A política existe, mas tanto como no Brasil não é tão fácil tomar empréstimos em bancos do governo, é burocrático e o processo é lento” (E1).</p> <p>“Não tenho um conhecimento aprofundado no assunto” (E2).</p> <p>“Para a China, é uma ferramenta importante e de propulsão da economia, ajudando bastante sua indústria nacional” (E3).</p> <p>“Quando correta fomenta o crescimento dos negócios, gerando emprego e renda” (E4).</p> <p>“A meu ver, esses mecanismos são benéficos para a economia chinesa, e acabam beneficiando os países que realizam exportações para a China, visto que tal política visa a reativação da economia chinesa” (E5).</p> <p>“A China hoje enfrenta uma grave crise de crédito interno, em função dos créditos podres de empresas que foram criadas e depois viraram pó, deixando milhares de chineses sem as suas poupanças, principalmente os mais velhos” (E6).</p> <p>“Que conseguem ser exitosos em influenciar a economia global, ativar setores como o de comércio eletrônico no Brasil com o Alibaba, que sequer tem uma sede local e já é a 4ª maior força no mercado Brasileiro. Curiosamente, sua influência global, nem sempre surte o mesmo efeito em seu mercado interno, tendo em vista que sua economia não consegue manter o mesmo nível de crescimento em relação aos anos anteriores, porém ainda assim, esta positivamente em um movimento expansionista crescente ano após ano, não enfrentando períodos de recessão. O fato de terem apenas um partido no comando, também passam confiança da continuidade de seu movimento de mercado e crédito, o que causa segurança dos investidores” (E7).</p> <p>“Através de uma política fiscal e monetária articulada, o governo Chinês consegue controlar e influenciar a economia, mercado de trabalho, inflação, taxas de juros e o orçamento governamental (E8).</p>

Quadro 24 – Quanto a política fiscal e monetária.

(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	QUANTO A POLÍTICA FISCAL E MONETÁRIA
América do Sul	Paraguai	<p><i>“Con el control de la política fiscal y monetaria el padre consigue cada vez más atraer inversiones en el país, y estructurarlo de la mejor manera para expandirlo”</i> (E9).</p> <p>“Controle da política fiscal e monetária consegue investimentos cada vez mais atrair no país, e a estrutura da melhor maneira de expandi-lo (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p><i>“Un buen ejemplo a imitar”</i> (E10).</p> <p>“Um bom exemplo a seguir” (E10, tradução nossa).</p>
Ásia	China	<p><i>“I think the fiscal monetary policy can curb inflation slightly, one way to protect the Chinese market”</i> (E11).</p> <p>“Penso que a política monetária pode limitar a inflação ligeiramente, uma forma de proteger o mercado chinês” (E11, tradução nossa).</p> <p><i>“Support”</i> (E12).</p> <p>“Apoio” (E12, tradução nossa).</p> <p><i>“Yes it is true. Recent year, the Chinese government enacts some fiscal monetary policy to stimulate the economy growth. Actually, due to a variety of functions of currency, determines its important role in the process of the flow of goods production, further determines the monetary policy is the important role in the process of economic operation for some industry area it is working by these policies”</i> (E13).</p> <p>“Sim, é verdade. No ano recente, o governo chinês promulga uma política monetária fiscal para estimular o crescimento da economia. Na verdade, devido a uma variedade de funções da moeda, determina o seu papel importante no processo de fluxo de produção de bens, determina ainda a política monetária é o papel importante no processo de operação econômica para alguma área da indústria que está trabalhando por essas políticas” (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>“Obviously as a foreigner it pose difficulties, though from China's point of view it makes a lot of sense”</i> (E14).</p> <p>“Obviamente como um estrangeiro que colocam dificuldades, embora do ponto de vista da China, faz muito sentido” (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Desta forma, através desta política implantada, “[...]o governo Chinês consegue controlar e influenciar a economia, mercado de trabalho, inflação, taxas de juros e o orçamento governamental” (E8, BRASIL), pois, a política monetária desempenha um papel importante “[...]no processo de operação econômica para alguma área da indústria que está trabalhando por essas políticas” (E13, tradução nossa, CHINA). Assim, de acordo com o E4 (BRASIL), quando a política é aplicada da forma “[...]correta fomenta o crescimento dos negócios, gerando emprego e renda”.

Logo, exercendo influência não só na China, mas também nas economias globalmente envolvidas, “[...]a meu ver, esses mecanismos são benéficos para a economia chinesa, e acabam beneficiando os países que realizam exportações para a China, visto que tal política visa a reativação da economia chinesa” (E5, BRASIL).

Sendo assim, sua influência global é visível, no entanto, no seu mercado interno “[...]não consegue manter o mesmo nível de crescimento em relação aos anos anteriores, porém ainda assim, esta positivamente em um movimento expansionista crescente ano após ano, não enfrentando períodos de recessão” (E7, BRASIL).

4.3.4 Política externa: percepção quanto a pauta exportadora e importadora

Como a China possui uma grande relevância na pauta exportadora e importadora da economia mundial, o Quadro 25 exhibe a opinião dos executivos ante o fluxo comercial do país.

Quadro 25 – Quanto a pauta exportadora e importadora.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	QUANTO A PAUTA EXPORTADORA E IMPORTADORA
América do Sul	Brasil	<p>“Entendo que o foco é a indústria de bens de consumo, produtos com giro alto que visam atender os mais diversos mercados” (E1).</p> <p>“Não tenho um conhecimento aprofundado no assunto” (E2).</p> <p>“Desconheço” (E3).</p> <p>“Um país com muitas oportunidades, pouco exploradas pelos Brasileiros, que vendem para eles somente commodities” (E4).</p> <p>“Penso que a China tem experimentado um superávit em sua balança comercial, exportando bens industrializados, sendo que suas importações são em maior número de commodities” (E5).</p> <p>“Como já comentei, a China está evoluindo a sua pauta exportadora, com produtos de maior valor agregado, somado a política de utilizar o seu imenso saldo comercial, para investir no exterior, comprando empresas em todo mundo, fazendas e reservas de petróleo, permitindo assim não só garantir o alimento para a sua gigantesca população, mas também a matéria prima para continuar produzindo produtos Made In China. Os investimentos pelo mundo, irá permitir a China ter um fundo soberano para garantir o crescimento deles nas próximas décadas” (E6).</p> <p>“Plenamente regulada pelo mercado interno chinês. A importação plenamente dominada pelo suprimentos de sua cadeia de consumo de mercado interno, e uma importante ciência da importância de agregar valor aos produtos exportados, coisa que o Brasil, por exemplo, não o faz” (E7).</p> <p>“A China é o maior exportador do mundo e um dos maiores importadores, o que explica sua forte atuação no mercado internacional” (E8).</p>

Quadro 25 – Quanto a pauta exportadora e importadora.

(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	QUANTO A PAUTA EXPORTADORA E IMPORTADORA
América do Sul	Paraguai	<p><i>“Que analiza la pauta comercial del país, se nota que ocurre la predominancia en la pauta exportadora por productos de valor agregado, los de tecnología, hecho que no ocurre con frecuencia en la pauta importadora, dotado de materia prima, de bajo valor agregado. Haciendo que el país busque alianzas con países ricos en suministros de commodities”</i> (E9).</p> <p>“Quem analisa o padrão de comércio do país, nota que ocorre predominantemente no padrão de exportação de produtos de valor agregado, a tecnologia, fato que não acontece muitas vezes no padrão de importação, dotado de matérias-primas, de baixo valor agregado. Fazendo o olhar do país para as alianças com os países ricos em fontes de commodities” (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p><i>“Invasivo con respecto a las exportaciones y muy proteccionista con respecto a las importaciones”</i> (E10).</p> <p>“Invasivo no que diz respeito às exportações e muito protecionista em relação às importações” (E10, tradução nossa).</p>
Ásia	China	<p><i>“I think China's exporter and importer rules can protect Chinese market, Chinese company of export need the protect of these reexporter and importules rules”</i> (E11).</p> <p>“Eu acho que as regras do exportador e importador da China pode proteger o mercado chinês, empresa chinesa de exportação precisa proteger a essas regras exportação e importação (E11, tradução nossa).</p> <p><i>“Reasonable and Necessary”</i> (E12).</p> <p>“Razoável e Necessário” (E12, tradução nossa).</p> <p><i>“In china, exportation and importation of some goods are unrestricted trade. In Shanghai we build free trade area to develop the positive environment to attract some foreign enterprise come to China also increase the goods movement”</i> (E13).</p> <p>“Na China, a exportação e importação de alguns bens são comércio livre. Em Xangai, construímos área de livre comércio para desenvolver o ambiente positivo para atrair algumas empresas estrangeiras vêm para a China também aumentar o movimento de mercadorias” (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>“China's export card is returning to the expansion of the country, the distribution of its goods at low cost, and the importation rate is returned for the consumption and transformation of the material-press for posterior sale”</i> (E14).</p> <p>“Cartão de exportação da China está retornando à expansão do país, a distribuição de seus bens a baixo custo, e a taxa de importação é devolvido para o consumo e transformação do matéria-prima para posterior venda” (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Segundo a percepção dos executivos a pauta exportadora e importadora é, “[...] plenamente regulada pelo mercado interno chinês” (E7, BRASIL), desempenhando um papel de invasão no que diz respeito as exportações e proteção em relação as importações (E10, URUGUAI). Resultando e um experimento superavitário em sua balança comercial, “[...] exportando bens industrializados, sendo que suas importações são em maior número de commodities” (E5, BRASIL).

[...] A importação plenamente dominada pelo suprimentos de sua cadeia de consumo de mercado interno, e uma importante ciência da importância de agregar valor aos produtos exportados” (E7, BRASIL). [...]nota que ocorre predominantemente no padrão de exportação de produtos de valor

agregado, a tecnologia, fato que não acontece muitas vezes no padrão de importação, dotado de matérias-primas, de baixo valor agregado. Fazendo o olhar do país para as alianças com os países ricos em fontes de commodities” (E9, tradução nossa, PARAGUAI).

Desta forma, “[...] Cartão de exportação da China está retornando à expansão do país, a distribuição de seus bens a baixo custo, e a taxa de importação é devolvido para o consumo e transformação do matéria-prima para posterior venda” (E14, tradução nossa, ISRAEL).

4.3.5 Política externa: percepção quanto a dependência comercial.

O fato de a China ser a segunda maior economia mundial e a principal parceira comercial de 120 países, traz a questão de gerar dependência a estes países perante a comercialização com o país, por sua potência mundial. O Quadro 26 apresenta na íntegra a percepção dos executivos em frete ao assunto.

O fator dependência teve opiniões divididas perante o conteúdo, por um lado, sendo ressaltado como o fator resultante da principal parceria comercial com a segunda maior potência mundial, “[...]os parceiros comerciais da China estão presos a suas políticas comerciais, é muito difícil internalizar a produção frente a uma China tão competitiva” (E1, BRASIL), “[...]esta é a interação entre o mundo e a China. A China não pode se desenvolver sem o mundo e o mundo precisa do participante como a China” (E13, tradução nossa, CHINA).

A meu ver este fato pode sim acarretar o fator dependência, visto que esses países podem ser afetados, tanto positiva como negativamente, dependendo do que acontecer na China, tendo em vista o volume principalmente de exportações que se realiza para uma economia de tamanha dimensão (E5, BRASIL). Sim, a dependência é gritante e por isso são necessárias novas alianças e diversificação do mercado consumidor, como uma aproximação do Mercosul e União Europeia, por exemplo, para que não haja a dependência exclusiva destes mercados. É importante também para o Brasil e outros países, agregar valor aos produtos exportados, fortalecer o mercado interno, e deter os meios de produção em outros países, seguindo o exemplo chinês para não colocar o mercado interno em risco, tendo controle sobre os preços (E7, BRASIL).

Quadro 26 – Fator dependência comercial.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	FATOR DEPENDÊNCIA COMERCIAL
América do Sul	Brasil	<p>“Com certeza os parceiros comerciais da China estão presos a suas políticas comerciais, é muito difícil internalizar a produção frente a uma China tão competitiva” (E1).</p> <p>“Não, os mesmos produtos encontrados na China podem ser encontrados em outros países. Talvez o preço não fique dentro das expectativas mas isso tudo depende da lei da procura e demanda” (E2).</p> <p>“Não. Do mesmo modo que a China apareceu com muita rapidez e expansão enorme para o mercado internacional, outros países podem vir a seguir o mesmo caminho ou então, utilizar não a China, mas outros parceiros para suprir sua cadeia logística, seja ela de importação ou exportação. O mercado internacional está bastante interligado e cheio de opções para uma dependência generalizada da China” (E3).</p> <p>“Sim, a China já faz com que o mundo esteja dependente deles. Incluindo os Estados Unidos que fizeram investimentos e são os maiores compradores dos produtos Made in China” (E4).</p> <p>“A meu ver este fato pode sim acarretar o fator dependência, visto que esses países podem ser afetados, tanto positiva como negativamente, dependendo do que acontecer na China, tendo em vista o volume principalmente de exportações que se realiza para uma economia de tamanha dimensão” (E5).</p> <p>“Acredito que a China está buscando formas de manter estas parcerias pelo mundo e a saída dos EUA do Pacto de Livre Comercio do Pacifico, pode transformar a China no líder definitivo do comércio exterior no mundo” (E6).</p> <p>“Sim, a dependência é gritante e por isso são necessárias novas alianças e diversificação do mercado consumidor, como uma aproximação do Mercosul e União Europeia, por exemplo, para que não haja a dependência exclusiva destes mercados. É importante também para o Brasil e outros países, agregar valor aos produtos exportados, fortalecer o mercado interno, e deter os meios de produção em outros países, seguindo o exemplo chinês para não colocar o mercado interno em risco, tendo controle sobre os preços” (E7).</p> <p>“Com certeza o fato da China ser o principal comprador de diversos países, no caso de haver alguma medida de bloqueio por parte deles para os produtos comercializados, por exemplo o que vivenciamos com a carne no oriente médio, irá impactar muito a economia deste país” (E8).</p>
	Paraguai	<p><i>“Creo que la dependencia no sería la expresión correcta, porque China puede ser el principal asociado, pero no el único, de esta manera habrá una disminución en las transacciones comerciales de estos países si sucede cortar relaciones, y También puede permitir ser reemplazado por otros países que puedan Proporcionar los productos que proporciona, con mayor participación en varios otros países” (E9).</i></p> <p>“Eu acho que a dependência não seria a expressão correta, porque a China pode ser o parceiro principal, mas não o único, de modo que haverá uma diminuição nas transações comerciais nestes países, podendo ser substituídos por outros países que podem fornecer os produtos que ela oferece, com maior participação em vários outros países” (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p><i>“Es importante en esos países, pero no veo que puedan ser dependientes” (E10).</i></p> <p>“É importante nesses países, mas vejo que eles podem ser dependente” (E10, tradução nossa).</p>

Quadro 26 – Fator dependência comercial.

(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	FATOR DEPENDÊNCIA COMERCIAL
Ásia	China	<p><i>"1. The population of China; 2. Enough labor; 3. Rich in natural resources; 4. Economic environment and policies" (E11).</i></p> <p><i>"1. A população da China; 2. Bastante trabalho; 3. Rica em recursos naturais; 4. Ambiente e políticas econômicas (E11, tradução nossa).</i></p> <p><i>"Develop together, mutually beneficial" (E12).</i></p> <p><i>"Desenvolver juntos, mutuamente benéficos" (E12, tradução nossa).</i></p> <p><i>"In my opinion, this is the interaction between the world and china. China cannot develop without world and the world needs the participant such as China" (E13).</i></p> <p><i>"Na minha opinião, esta é a interação entre o mundo e a China. A China não pode se desenvolver sem o mundo e o mundo precisa do participante como a China" (E13, tradução nossa).</i></p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>"China will have to start and become more active in political controversies as its economy and influence increases, these countries might not like the Chinese way of doing things, morals, and standards, however, since the Chinese money is easier, the downside of it might well be dealing with a new set of rolls" (E14).</i></p> <p><i>"A China terá que começar e tornar-se mais ativa em controvérsias políticas como sua economia e influência aumenta, esses países podem não gostar da maneira chinesa de fazer as coisas, a moral e normas, no entanto, uma vez que o dinheiro chinês é mais fácil, a desvantagem de que poderia Bem estar lidando com um novo conjunto de rolos" (E14, tradução nossa).</i></p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Entretanto, por outro lado, os entrevistados E2, E3 (BRASIL) e E9 (PARAGUAI), apresentam uma visão contrária ao assunto em questão, destacando o fator preço e parcerias comerciais com outros países, "[...]os mesmos produtos encontrados na China podem ser encontrados em outros países. Talvez o preço não fique dentro das expectativas mas isso tudo depende da lei da procura e demanda" (E2, BRASIL).

Não. Do mesmo modo que a China apareceu com muita rapidez e expansão enorme para o mercado internacional, outros países podem vir a seguir o mesmo caminho ou então, utilizar não a China, mas outros parceiros para suprir sua cadeia logística, seja ela de importação ou exportação. O mercado internacional está bastante interligado e cheio de opções para uma dependência generalizada da China (E3, BRASIL).

O entrevistado E9 acrescenta que a China pode ser o principal parceiro mas não o único, "[...]podendo ser substituídos por outros países que podem fornecer os produtos que ela oferece, com maior participação em vários outros países" (E9, tradução nossa, PARAGUAI).

4.3.6 Oportunidades e desafios: percepção quanto a presença da China.

Diante dos questionamentos, ressalta-se as principais oportunidades que o mercado chinês oferece ao mercado internacional, os principais desafios enfrentados pela presença da China no contexto internacional, bem como, quais as oportunidades e os desafios enfrentados no ramo de atuação dos executivos entrevistados, perante o posicionamento da China.

4.3.6.1 Oportunidades do mercado chinês no contexto internacional.

O Quadro 27, discorre sobre a percepção dos executivos entrevistados em frente as principais oportunidades que o mercado da China proporciona ao contexto internacional.

Quadro 27 – Oportunidades do mercado chinês no contexto internacional.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	OPORTUNIDADES DO MERCADO CHINÊS NO CONTEXTO INTERNACIONAL
América do Sul	Brasil	<p>“As oportunidades são puramente comerciais, a China é um país muito competitivo o que abre muitas portas no nosso mercado interno” (E1).</p> <p>“Diversidade de produtos” (E2).</p> <p>“Para a exportação, é um mercado bastante disputado devido sua demanda. Para importação, um fornecedor de bons produtos com bom preço, dependendo da pesquisa feita” (E3).</p> <p>“Depende do mercado que se atua. Vejo a China com potencial de negócios em diversas áreas, principalmente no ramo alimentício. No segmento plástico, não é o forte deles” (E4).</p> <p>“O mercado chinês oferece produtos industrializados a custo inferior; e importa grande volume de commodities” (E5).</p> <p>“Na medida que o mercado chinês evoluir, tendo o crescimento das classes sociais, irá se abrir novas oportunidades para novos mercados na China” (E6).</p> <p>“Fornecimento de produtos naturais que as condições climáticas locais não permitam produção. Expansionismo do turismo internacional, investimento em pesquisa e desenvolvimento local para aumento de produtividade de produtos que possam abastecer os chineses” (E7).</p> <p>“Para um importador brasileiro o produto chinês pode significar grande ganho para sua empresa, considerando que geralmente este produto terá um custo menor na importação do que fabricado no mercado nacional, além de redução no custo de mão de obra e tempo” (E8).</p>
	Paraguai	<p>“<i>Precios de fabricación</i>” (E9).</p> <p>“Preços de fabricação” (E9, tradução nossa).</p>

Quadro 27 – Oportunidades do mercado chinês no contexto internacional.

(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	OPORTUNIDADES DO MERCADO CHINÊS NO CONTEXTO INTERNACIONAL
	Uruguai	“Excelente oportunidad por el tamaño del mercado” (E10). “Excelente oportunidade para o tamanho do mercado” (E10, tradução nossa).
Ásia	China	“1. The geographical position; 2. The buying power; 3. The lower labor price” (E11). “1. A posição geográfica; 2. Poder de compra; 3. O preço mais baixo do trabalho” (E11, tradução nossa). “Driving the development of many industries” (E12). “Impulsionar o desenvolvimento de muitas indústrias” (E12, tradução nossa). “As one of my foreign customers said that you can find anything you need in China. China has strength in labor, raw material, industry environment and so on. We produce the goods which are demand by international market that is very important for the world economy growth and develop” (E13). “Como um de meus clientes estrangeiros disse que você pode encontrar qualquer coisa que você necessita em China. China tem força de trabalho, matéria-prima, ambiente da indústria e assim por diante. Nós produzimos os bens que são a demanda pelo mercado internacional que é muito importante para o crescimento da economia mundial e para desenvolver (E13, tradução nossa).
Oriente Médio	Israel	“Quick decision making, flexibilities” (E14). “Rápida tomada de decisão, flexibilidades” (E14, tradução nossa).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

As oportunidades que o mercado chinês proporciona ao contexto internacional na concepção dos executivos, são de caráter comercial, “[...]As oportunidades são puramente comerciais, a China é um país muito competitivo o que abre muitas portas no nosso mercado interno” (E1, BRASIL), devido ao ambiente propício que o governo criou, “[...]Para a exportação, é um mercado bastante disputado devido sua demanda. Para importação, um fornecedor de bons produtos com bom preço, dependendo da pesquisa feita” (E3, BRASIL).

Fornecimento de produtos naturais que as condições climáticas locais não permitam produção. Expansionismo do turismo internacional, investimento em pesquisa e desenvolvimento local para aumento de produtividade de produtos que possam abastecer os chineses (E7, BRASIL). Para um importador brasileiro o produto chinês pode significar grande ganho para sua empresa, considerando que geralmente este produto terá um custo menor na importação do que fabricado no mercado nacional, além de redução no custo de mão de obra e tempo (E8, BRASIL). Como um de meus clientes estrangeiros disse que você pode encontrar qualquer coisa que você necessita em China. China tem força de trabalho, matéria-prima, ambiente da indústria e assim por diante. Nós produzimos os bens que são a demanda pelo mercado internacional que é muito importante para o crescimento da economia mundial e para desenvolver (E13, tradução nossa, CHINA).

4.3.6.2 Desafios enfrentados devido a presença da China no contexto internacional.

Em frente a presença em massa chinesa no contexto internacional, existem desafios enfrentados pelos países, desta forma, o Quadro 28, discorre sobre a concepção de cada executivo, a respeito do assunto.

Quadro 28 –Desafios que a presença da China proporciona ao mercado internacional.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	DESAFIOS QUE A PRESENÇA DA CHINA PROPORCIONA AO MERCADO INTERNACIONAL
América do Sul	Brasil	<p>“Os principais desafios são comunicação e gerenciais. A cultura influencia muito no dia a dia dos chineses, essa diferença pode em muitos casos atrapalhar operações se não bem definidas, já por outro lado o desafio gerencial trata-se mais do dia-a-dia das fábricas, a falta de “padrão”, é um grande desafio. O profissional que trata diariamente com as empresas chinesas deve estar atento a tudo que é negociado, pois caso contrário poderá enfrentar surpresas futuras” (E1).</p> <p>“Desigualdade de preços e qualidade de alguns produtos” (E2).</p> <p>“Preços baixos devido à baratíssima mão-de-obra que lá existe e movimentação na economia” (E3).</p> <p>“A competição. A indústria chinesa está desenvolvida, tem tecnologia e tem dinheiro para investimentos, enquanto a Brasileira está sucateada e sem dinheiro. Como se concorre nesse cenário??” (E4).</p> <p>“Os principais desafios enfrentados são: baixo custo de produção, em decorrência de mão de obra barata e incentivos governamentais” (E5).</p> <p>“O mundo terá que buscar formas de enfrentar o avanço dos chineses, principalmente nos produtos de alto valor agregado, que é o novo estágio de exportações que a China irá buscar nos próximos anos” (E6).</p> <p>“A dependência econômica na regulação de preços e demanda” (E7).</p> <p>“A prática de preços abaixo da média de mercado (dumping) pode ser considerado um grande problema enfrentado pelos exportadores de outros países” (E8).</p>
	Paraguai	<p>“Explicar a los clientes que la calidad de sus productos son debidos a la calidad de materias primas de baja calidad que utilizan” (E9).</p> <p>“Explicar aos clientes que a qualidade dos seus produtos são devido à qualidade das matérias-primas com baixa qualidade” (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p>“Mejorar eficiencia en producción. Bajar costos, más calidad y respaldo” (E10).</p> <p>“Melhorar a eficiência da produção. custos mais baixos, maior qualidade e apoio” (E10, tradução nossa).</p>

Quadro 28 –Desafios que a presença da China proporciona ao mercado internacional.

(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	DESAFIOS QUE A PRESENÇA DA CHINA PROPORCIONA AO MERCADO INTERNACIONAL
Ásia	China	<p><i>"1.The market positition; 2.The other country has the lowest labor price of some primary job"</i> (E11).</p> <p>"1.A postura do mercado; 2.O outro país tem o preço mais baixo do trabalho de algum emprego principal" (E11, tradução nossa).</p> <p><i>"Product development and selection, the use of good after-sales to enhance customer experience"</i> (E12).</p> <p>"Desenvolvimento de produtos e seleção, o uso de um bom pós-venda para melhorar a experiência do cliente" (E12, tradução nossa).</p> <p><i>"Nowadays there is increase of labor cost in china that will be caused the produce cost goes up. Due to that some foreign factories are move out to other countries such as Thailand and Vietnam. Also the environment protection also result in some factories has to face the big problem to produce some goods"</i> (E13).</p> <p>"Hoje em dia, há aumento no custo do trabalho na China, que será causado o aumento do custo do produto. Devido a isso, algumas fábricas estrangeiras se mudam para outros países, como a Tailândia e o Vietnã. Além disso, a proteção ambiental também resulta em algumas fábricas que devem enfrentar o grande problema para produzir alguns bens" (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>"Different moral standards"</i> (E14).</p> <p>"Padrões morais diferentes" (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Através dos relatos dos executivos percebe-se que os desafios que o mercado chinês proporciona ao mercado internacional está ligado aos fatores socioeconômicos, intervindo tanto sobre a ordem social, "[...]cultura influencia muito no dia a dia dos chineses, essa diferença pode em muitos casos atrapalhar operações se não bem definidas, já por outro lado o desafio gerencial trata-se mais do dia-a-dia das fábricas, a falta de "padrão", é um grande desafio" (E1, BRASIL), tal como os "[...]padrões morais diferentes" (E14, tradução nossa, ISRAEL); bem como econômica, no qual "[...]os principais desafios enfrentados são: baixo custo de produção, em decorrência de mão de obra barata e incentivos governamentais" (E5, BRASIL). Ainda acrescentam:

Preços baixos devido à baratíssima mão-de-obra que lá existe e movimentação na economia (E3, BRASIL). A competição. A indústria chinesa está desenvolvida, tem tecnologia e tem dinheiro para investimentos, enquanto a Brasileira está sucateada e sem dinheiro. Como se concorre nesse cenário?? (E4, BRASIL). A prática de preços abaixo da média de mercado (dumping) pode ser considerado um grande problema enfrentado pelos exportadores de outros países" (E8, BRASIL). 1.A postura do mercado; 2.O outro país tem o preço mais baixo do trabalho de algum emprego principal (E11, tradução nossa, CHINA).

Aos executivos que têm a China como fornecedor de produto, ressalta como dificuldade “[...] explicar aos clientes que a qualidade dos seus produtos são devido à qualidade das matérias-primas com baixa qualidade” (E9, tradução nossa, PARAGUAI).

4.3.6.3 Posicionamento chinês, oportunidades e desafios enfrentados devido a presença da China, no ramo de atuação de cada executivo.

Perante os questionamentos levantados no contexto internacional, buscou aprofundar-se mais quanto ao posicionamento, oportunidades e desafios que a China proporciona para cada país/ramo de atuação de cada executivo internacional entrevistado. Deste nodo, o Quadro 29, apresenta suas opiniões.

Quadro 29 – Posicionamento da China, oportunidade e desafios no ramo de cada executivo.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	POSICIONAMENTO DA CHINA, OPORTUNIDADE E DESAFIOS NO RAMO DE CADA EXECUTIVO
América Sul	do Brasil	<p>“Basicamente o que já foi explicado acima, na pergunta número 18” (E1).</p> <p>“No meu ramo de atuação a China é uma das principais fontes de fornecedores e produtos” (E2).</p> <p>“Oportunidades: Outsourcing, matéria-prima e desenvolvimento de designs e novos formatos. Desafios: Vendem para os mesmo clientes que nossa indústria” (E3).</p> <p>“A empresa que trabalho é uma trading voltada para a importação, então a China é de onde vem o maior número de produtos que importamos, portanto nos proporciona bons negócios no Brasil e bons retornos financeiros” (E4).</p> <p>“No meu ramo de atividade a China produz o produto de maior valor agregado a um preço muito inferior ao produzido no Brasil, forçando os fabricantes a terceirizarem a produção naquele país” (E5).</p> <p>“No meu ramo de maquinário, é possível ver como a China está evoluindo na melhora continua dos seus produtos, somada ao valor competitivo das suas maquinas, comparado com os equipamentos europeus e americanos” (E6).</p> <p>“Extremamente relevante no segmento de feiras, tendo em vista que o governo investe massivamente na exportação, mas fraco no segmento de fornecimento de alimentos e bebidas para o mercado externo, devido a condições climáticas para produção de produtos in natura e obtenção de licenças para comercialização de produtos agroalimentares no exterior” (E7).</p> <p>“De modo geral a china se mantém como principal origem de negócios na minha empresa, devido a sua grande variedade de produtos e fornecedores. Porém, considerando o mercado específico de alumínio (sendo o produto de maior volume de importação na empresa) a China ainda se mantém secundária, sendo a Austrália o país com melhor opção de produto e qualidade” (E8).</p>

Quadro 29 – Posicionamento da China, oportunidade e desafios no ramo de cada executivo.

(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	POSICIONAMENTO DA CHINA, OPORTUNIDADE E DESAFIOS NO RAMO DE CADA EXECUTIVO
América do Sul	Paraguai	<p><i>"20% es bajo ya que nuestros clientes todavía buscan calidad. Sin embargo en el mercado publicitario por ejemplo creo que sería de casi 90 % ya que la mayoría de la materia prima es china"</i> (E9).</p> <p>"20% é baixo porque os nossos clientes ainda querem qualidade. No entanto, no mercado de publicidade por exemplo, eu acho que seria quase 90% desde que a maioria da matéria-prima é chinês" (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p><i>"Entrar al mercado compitiendo en precio, no aun en calidad"</i> (E10).</p> <p>"Entrar no mercado competindo em preço, nem mesmo como" (E10, tradução nossa).</p>
Ásia	China	<p><i>"In my business branch I think the opportunity is the price, quality, and the support of government. About challenge, I think is the rat race"</i> (E11).</p> <p>"No meu ramo de negócios eu acho que a oportunidade é o preço, qualidade e apoio do governo. Sobre o desafio, eu acho que é a concorrência" (E11, tradução nossa).</p> <p><i>"Big competition"</i> (E12).</p> <p>"Grande concorrência" (E12, tradução nossa).</p> <p><i>"For our industry area The opportunities are that more and more foreign customer demand our machines and we have already own the mature Technical skill. We also participant lots of exhibition for introduce our products to the customer directly in order to reduce the worries and doubts of final customers. And we gain the confidence and trust of customer. The challenges we have to face some negative competitors who use some fake brand components and sold very lower price even the price cannot cover our cost"</i> (E13).</p> <p>"Para a nossa área de indústria As oportunidades são que cada vez mais a demanda de clientes estrangeiros para as nossas máquinas e já temos a habilidade técnica madura. Nós também participamos de exposição para introduzir nossos produtos para o cliente diretamente, a fim de reduzir as preocupações e dúvidas dos clientes finais. E nós ganhamos a confiança do cliente. Os desafios que temos de enfrentar alguns concorrentes negativos que usam alguns componentes da marca falsa e vendido preço muito menor, mesmo o preço não pode cobrir o nosso custo" (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>"In the body in which i act china is considered a power in grain production, mainly of rice, wheat and corn, but the soybean production of the country does not support its internal demand, coming the need to import from other countries"</i> (E14).</p> <p>"No corpo em que atuo a China é considerada uma potência na produção de grãos, principalmente de arroz, trigo e milho, mas a produção de soja do país não suporta sua demanda interna, vindo a necessidade de importar de outros países" (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Dentre os países e os ramos de atuação dos entrevistados que possibilitou a pesquisa, a China detêm de um posicionamento de fornecedora de produtos, "[...]no meu ramo de atuação a China é uma das principais fontes de fornecedores e produtos" (E2, BRASIL); acrescentam ainda, "[...] a empresa que trabalho é uma trading voltada para a importação, então a China é de onde vem o maior número de produtos que importamos, portanto nos proporciona bons negócios no Brasil e bons retornos financeiros" (E4, BRASIL).

No entanto, sob outra perspectiva, a China além de fornecedora de produto, também passa a ser concorrente, “[...] oportunidades: Outsourcing, matéria-prima e desenvolvimento de designs e novos formatos. Desafios: Vendem para os mesmo clientes que nossa indústria” (E3, BRASIL), já o entrevistado E6 (BRASIL), ressalta, “[...]no meu ramo de maquinário, é possível ver como a China está evoluindo na melhora contínua dos seus produtos, somada ao valor competitivo das suas máquinas, comparado com os equipamentos europeus e americanos”.

Evidenciando também o motivo pelo qual as empresas muitas vezes acabam levando parte da sua produção para a China, “[...]no meu ramo de atividade a China produz o produto de maior valor agregado a um preço muito inferior ao produzido no Brasil, forçando os fabricantes a terceirizarem a produção naquele país” (E5, BRASIL).

4.3.7 Desenvolvimento e perspectivas: percepção quanto a presença da China.

Contextualizando os questionamentos do desenvolvimento e as perspectivas diante do país em estudo, as subseções abaixo apresentam as concepções dos executivos perante o impacto do custo da mão-de-obra chinesa em relação ao mercado internacional, bem como, os principais fatores que façam com que as empresas internacionais escolham investir na China e a percepção dos executivos perante o desenvolvimento chinês para os próximos anos.

4.3.7.1 Impacto do custo da mão-de-obra chinesa no contexto internacional.

A China devido a sua numerosa população, possui uma abundante e barata mão-de-obra, devido a este fator, o Quadro 30, discorre sobre o impacto que o custo da mão-de-obra chinesa tem em relação ao mercado internacional.

O custo da mão-de-obra chinesa representa um desafio para muitos executivos, devido este fator refletir no custo da mercadoria, tornando-a mais barata.

O custo da mão-de-obra é o grande desafio da indústria chinesa atualmente, no nosso ramo de atuação o aumento anual varia entorno de 10% ao ano, e, além disso, a rotatividade de pessoas é muito grande, e acontece o tempo todo. Infelizmente isso poderá ser um problema futuro para a indústria, ainda não existe uma solução para tal problema, de forma geral a indústria tem uma rentabilidade menor para se manter no mercado” (E1, BRASIL). Esse é o diferencial da China, mão de obra barata, produtos baratos. Antigamente a situação costumava ser pior se pensando na

situação das fábricas chinesas e o praticamente trabalho escravo dos funcionários. Em algumas regiões essa realidade ainda prevalece porem em outras já tem algumas mudanças bem significativas (E2, BRASIL).

Quadro 30 – Impacto do custo da mão-de-obra chinesa no mercado internacional.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	IMPACTO DO CUSTO DA MÃO-DE-OBRA CHINESA NO MERCADO INTERNACIONAL
América do Sul	Brasil	<p>“O custo da mão-de-obra é o grande desafio da indústria chinesa atualmente, no nosso ramo de atuação o aumento anual varia entorno de 10% ao ano, e além disso a rotatividade de pessoas é muito grande, e acontece o tempo todo. Infelizmente isso poderá ser um problema futuro para a indústria, ainda não existe uma solução para tal problema, de forma geral a indústria tem uma rentabilidade menor para se manter no mercado” (E1).</p> <p>“Esse é o diferencial da China, mão de obra barata, produtos baratos. Antigamente a situação costumava ser pior se pensando na situação das fábricas chinesas e o praticamente trabalho escravo dos funcionários. Em algumas regiões essa realidade ainda prevalece porem em outras já tem algumas mudanças bem significativas” (E2).</p> <p>“Isto faz com que seus produtos, mesmo com valor agregado alto (ou não), tenham um preço mais baixo” (E3).</p> <p>“O salário mínimo na China é o equivalente ao salário mínimo Brasileiro. Então não vejo essa questão "custo de mão de obra" o vilão do made in China. Vejo sim um país com uma carga tributária menor, com fomento ao desenvolvimento industrial e um câmbio artificial que contribui para as exportações” (E4).</p> <p>“Penso que a mão de obra barata da China resulta numa concorrência desleal em comparação com o preço da mão de obra da maioria dos outros países, fazendo com que muitas empresas transfiram parte ou toda a sua produção para aquele país, o que pode acarretar, por exemplo, com o aumento do índice de desemprego nesses países” (E5).</p> <p>“A China hoje já enfrenta um aumento substancial dos salários na China e consequente o aumento dos valores dos produtos produzidos na China, já existe uma migração de fabricas para outros países do Oriente, como Malásia e Vietnam” (E6).</p> <p>“Já foi maior. Hoje com o incremento do poder de consumo e renda do chinês, há outros países que fornecem mão de obra qualificada e mais barata, como Vietnã, Laos e Filipinas” (E7).</p> <p>“O fator mão-de-obra da China tem um peso em relação ao mercado internacional, porém existe outro fator com maior predominância “a carga tributária” sobre os produtos vendidos” (E8).</p>
	Paraguai	<p>“<i>Una oportunidad</i>” (E9).</p> <p>“Uma oportunidade” (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p>“<i>Es imbatible producir al mismo costo</i>” (E10).</p> <p>“Isto é um produto imbatível no mesmo custo” (E10, tradução nossa).</p>

Quadro 30 – Impacto do custo da mão-de-obra chinesa no mercado internacional.
(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	IMPACTO DO CUSTO DA MÃO-DE-OBRA CHINESA NO MERCADO INTERNACIONAL
Ásia	China	<p><i>"I think with the mention of labor education quality, Chinese labor price has increased year by year. But I think it is the good tendency"</i> (E11). "Eu acho que com a menção da qualidade da educação trabalhista, preço do trabalho chinês tem aumentado ano a ano. Mas eu acho que é a boa tendência" (E11, tradução nossa).</p> <p><i>"Attract foreign investment"</i> (E12). "Atrair investimentos estrangeiros" (E12, tradução nossa).</p> <p><i>"China has strength in labor, raw material, industry environment and so on. We produce the goods which are demand by international market that is very important for the world economy growth and develop"</i> (E13). "China tem força no trabalho, matéria-prima, ambiente da indústria e assim por diante. Nós produzimos os bens que são a demanda pelo mercado internacional que é muito importante para o crescimento da economia mundial e para desenvolver" (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>"Before the international market, not only does the Chinese labor force have an impact, but also other factors that the country can impose on its growth policy, such as the exchange rate policy"</i> (E14). "Antes do mercado internacional, não só a força de trabalho chinesa tem um impacto, mas também outros fatores que o país pode impor à sua política de crescimento, como a política cambial" (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

Sob outros pontos de vista, evidencia-se a existência de outros fatores do mercado chinês que impactam no mercado internacional, "[...]vejo sim um país com uma carga tributária menor, com fomento ao desenvolvimento industrial e um câmbio artificial que contribui para as exportações" (E4, BRASIL).

[...]o fator mão-de-obra da China tem um peso em relação ao mercado internacional, porém existe outro fator com maior predominância "a carga tributária" sobre os produtos vendidos (E8, BRASIL). Antes do mercado internacional, não só a força de trabalho chinesa tem um impacto, mas também outros fatores que o país pode impor à sua política de crescimento, como a política cambial (E14, tradução nossa, ISRAEL).

4.3.7.2 PRINCIPAIS FATORES RELEVANTES QUE FAZ AS EMPRESAS OPTAREM EM INVESTIR NA CHINA.

Nos últimos tempos as empresas de capital estrangeiras têm aumentado significativamente suas instalações na China, a modo que proporcionam uma troca, no qual as empresas de capital estrangeiro fornecem capital e *know-how* tecnológico e os chineses, terras e força de trabalho. A partir deste contexto, buscou identificar a percepção dos executivos sobre o assunto, disposto no Quadro 31.

Quadro 31 – Fatores relevantes para as empresas investirem na China.

CONTINENTE	PAÍS	FATORES RELEVANTES PARA AS EMPRESAS INVESTIREM NA CHINA
América do Sul	Brasil	<p>“Creio que a principal decisão de investir na China, sob a ótica da indústria, é ser mais competitiva, seja através da mão-de-obra, ou da cadeia de suprimentos, que é muito bem estruturada. Outras indústrias podem ter na sua estratégia atender o mercado chinês que cresce muito internamente” (E1).</p> <p>“Custo baixo” (E2).</p> <p>“Baixo custo de mão-de-obra, mercado altamente diversificado e bastante aberto ao mercado internacional” (E3).</p> <p>“Na visão de um empresário, onde você construiria sua empresa? Onde há duas coisas importantes. Matéria prima e mão de obra abundante. E claro, no embalo dos investimentos, a China, ainda no governo do Deng Xiaping há 50 anos, levantou tres pilares para a China, que são Investimento à Educação, Combate a Corrupção e Investimentos em Infra Estrutura. Você não investiria num país com esse planejamento?” (E4).</p> <p>“Em minha opinião, o fator principal é o baixo custo de produção” (E5).</p> <p>“A China cada vez mais está voltada a produção de produtos de maior valor agregado e as parcerias com empresas estrangeiras estão acelerando em muito o desenvolvimento de fabricas chinesas” (E6).</p> <p>“O tamanho do mercado consumidor, subsídios do governo para empresas que geram emprego na china, geração de lucros para as matrizes dos países de origem dos investidores estrangeiros” (E7).</p> <p>“A China possui um grande investimento em infraestrutura, mão de obra abundante e um controle cambial, fatores que geram confiança aos empresários em aplicar seu dinheiro no país” (E8).</p>
		<p>Paraguai “<i>El bajo costo de producción</i>” (E9). “O baixo custo de produção” (E9, tradução nossa).</p>
		<p>Uruguai “<i>El bajar costos de producción y mantener mercados</i>” (E10). “Os menores custos de produção e manter mercados” (E10, tradução nossa).</p>
Ásia	China	<p>“1.<i>The government support</i>; 2.<i>The cheaper labor price</i>; 3.<i>The Chinese attitude of diligence</i>” (E11). “1. O apoio do governo; 2.Preço do trabalho mais barato; 3. A atitude de diligência chinesa” (E11, tradução nossa).</p> <p>“<i>Labor cost</i>” (E12). “Custo do trabalho” (E12, tradução nossa).</p> <p>“<i>For this part, there are also having lots of foreign investors. Comparing with other countries china still have strength to attract foreign investors</i>” (E13). “Para esta parte, há também ter muitos investidores estrangeiros. Comparando com outros países, a china ainda tem força para atrair investidores estrangeiros” (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p>“<i>The Chinese market becomes attractive to entrepreneurs because of fiscal and monetary policy, investment in infrastructure and the population of labor, which makes it cheap</i>” (E14). “O mercado chinês torna-se atraente para os empresários por causa da política fiscal e monetária, do investimento em infra-estrutura e da população de mão-de-obra, o que torna mais barato” (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

O governo chinês teve um planejamento estruturado em três pilares de desenvolvimento para a economia: Investimento à educação, Combate a corrupção

e Investimento em infraestrutura; fatores estes, propiciam atrair investidores, gerando confiança, conforme entrevistado E4 (BRASIL). Desta forma, com a mesma percepção os executivos manifestaram:

Creio que a principal decisão de investir na China, sob a ótica da indústria, é ser mais competitiva, seja através da mão-de-obra, ou da cadeia de suprimentos, que é muito bem estruturada. Outras indústrias podem ter na sua estratégia atender o mercado chinês que cresce muito internamente (E1, BRASIL). O tamanho do mercado consumidor, subsídios do governo para empresas que geram emprego na china, geração de lucros para as matrizes dos países de origem dos investidores estrangeiros (E7, BRASIL). A China possui um grande investimento em infraestrutura, mão de obra abundante e um controle cambial, fatores que geram confiança aos empresários em aplicar seu dinheiro no país (E8, BRASIL). O mercado chinês torna-se atraente para os empresários por causa da política fiscal e monetária, do investimento em infraestrutura e da população de mão-de-obra, o que torna mais barato (E14, tradução nossa, ISRAEL).

4.3.7.3 PERCEPÇÃO PERANTE O DESENVOLVIMENTO DA CHINA PARA OS PRÓXIMOS ANOS.

O Quadro 32 retrata a percepção dos executivos perante ao desenvolvimento da China para os próximos anos, devido ao fato de ter ocupado a colocação de segunda maior economia mundial, e atraído olhares do mundo todo para seu grande desenvolvimento.

Conforme os entrevistados a China continuará crescendo, porém, com uma menor intensidade, “[...]devido a situação econômica mundial, a crise que assola os principais parceiros comerciais influencia diretamente nas indústrias chinesas” (E1, BRASIL).

Minha percepção é de que a China já tomou uma grande gama do mercado nos últimos anos, o crescimento foi intenso. Agora a tendência seria estabilizar (E2, BRASIL). Crescer menos aceleradamente do que a média dos últimos anos (E3, BRASIL). Estabilização do crescimento, com forte participação nas negociações (E13, tradução nossa, CHINA).

Em outras perspectivas, a China continuará crescendo no mesmo ritmo, “[...] na minha opinião, com o desenvolvimento da economia e da tecnologia, a China tem potencial de desenvolvimento enorme, a perspectiva é brilhante” (E11, tradução nossa, CHINA).

Continuidade no expansionismo, maior valor agregado nos produtos exportados, detenção dos meios de produção no exterior, podendo fazer faltar produtos no mercado interno de outros países, tendo em vista que a produção especialmente de commodities deve ser destinada ao mercado chinês, que é o sócio “capitalista” e tem a preferência na destinação dos produtos produzidos (E7, BRASIL).[...]por um lado, a China está tomando

em virtude de sua população, em 1,3 bilhões a maior do mundo, o que significa demanda suficiente dos consumidores; Por outro lado, agora China é um país de fabricação, a nossa próxima direção de desenvolvimento será a inovação independente de ciência e tecnologia (E11, tradução nossa, CHINA). A China é com certeza o país com maiores perspectivas de se tornar a maior potência tecnológica e militar do mundo, cabe aos outros países de 1º mundo buscar uma forma de saber lidar com esta nova realidade (E6, BRASIL).

Quadro 32 –Desenvolvimento da China para os próximos anos.

(Continua)

CONTINENTE	PAÍS	DESENVOLVIMENTO DA CHINA PARA OS PRÓXIMOS ANOS
América do Sul	Brasil	<p>“A China continuará crescendo muito além dos demais países do globo, mas que menor intensidade, devido a situação econômica mundial, a crise que assola os principais parceiros comerciais influencia diretamente nas indústrias chinesas. Mas o mercado interno chinês de forma geral é muito forte, é claro que a desigualdade também, enriquecer na China não é tarefa fácil para os trabalhadores comuns. Eu acredito que a China deverá fazer algumas mudanças políticas para se manter crescendo de uma forma constante e bem estruturada” (E1).</p> <p>“Minha percepção é de que a China já tomou uma grande gama do mercado nos últimos anos, o crescimento foi intenso. Agora a tendência seria estabilizar” (E2).</p> <p>“Crescer menos aceleradamente do que a média dos últimos anos” (E3).</p> <p>“A China em breve será a maior economia mundial, tanto financeira quanto bélica” (E4).</p> <p>“No meu ponto de vista, a China continuará crescendo, visto que não há indícios de mudanças no seu regime político econômico” (E5).</p> <p>“A China é com certeza o país com maiores perspectivas de se tornar a maior potência tecnológica e militar do mundo, cabe aos outros países de 1º mundo buscar uma forma de saber lidar com esta nova realidade” (E6).</p> <p>“Continuidade no expansionismo, maior valor agregado nos produtos exportados, detenção dos meios de produção no exterior, podendo fazer faltar produtos no mercado interno de outros países, tendo em vista que a produção especialmente de commodities deve ser destinada ao mercado chinês, que é o sócio “capitalista” e tem a preferência na destinação dos produtos produzidos” (E7).</p> <p>“Acredita-se que a China estará à frente dos EUA em breve, dominando o mercado internacional” (E8).</p>
	Paraguai	<p><i>“Todo depende de la situación actual en el ambiente internacional, teniendo en cuenta el peligro de Guerra entre EE UU y Corea del Norte, ya que China sería su primer Aliado con Corea del Norte y en este sentido EE UU es uno de sus mayores Socios en los Join Venture” (E9).</i></p> <p>“Tudo depende da situação atual no ambiente internacional, tendo em conta o perigo de guerra entre a Coreia do EUA e do Norte, como a China seria seu primeiro aliado da Coreia do Norte e, nesse sentido, os Estados Unidos são um dos seus maiores parceiros Join Venture” (E9, tradução nossa).</p>
	Uruguai	<p><i>“Seguirá creciendo y cada vez más agresiva en el mercado” (E10).</i></p> <p>“Ele vai continuar crescendo e mercado cada vez mais agressivo” (E10, tradução nossa).</p>

Quadro 32 – Desenvolvimento da China para os próximos anos.

(Conclusão)

CONTINENTE	PAÍS	DESENVOLVIMENTO DA CHINA PARA OS PRÓXIMOS ANOS
Ásia	China	<p><i>"In my opinion, with the development of economy and technology, China has enormous development potentials, prospect is bright. On the one hand, China is taking by virtue of its population, at 1.3 billion the largest in the world, which means sufficient consumer demand; on the other hand, right now China is a manufacturing country, our next development direction will be the independent innovation of science and technology"</i> (E11).</p> <p>"Na minha opinião, com o desenvolvimento da economia e da tecnologia, a China tem potencial de desenvolvimento enorme, a perspectiva é brilhante. Por um lado, a China está tomando em virtude de sua população, em 1,3 bilhões a maior do mundo, o que significa demanda suficiente dos consumidores; Por outro lado, agora China é um país de fabricação, a nossa próxima direção de desenvolvimento será a inovação independente de ciência e tecnologia" (E11, tradução nossa).</p> <p><i>"Stable and sustained development"</i> (E12).</p> <p>"Desenvolvimento estável e sustentado" (E12, tradução nossa).</p> <p><i>"Stabilization in growth, with strong participation in negotiations"</i> (E13).</p> <p>"Estabilização do crescimento, com forte participação nas negociações" (E13, tradução nossa).</p>
Oriente Médio	Israel	<p><i>"Reduction of growth rate, more geopolitical involvement in the world, more dominate position on the global platform"</i> (E14).</p> <p>"Redução da taxa de crescimento, envolvimento geopolítico no mundo, posição mais dominante na plataforma global" (E14, tradução nossa).</p>

Fonte: Elaboração própria com base nos dados da pesquisa (2017).

No entanto, o mercado interno da China possui uma força comercial muito forte, devido ao grande número de consumidores, conseqüentemente, detêm de uma numerosa desigualdade entre a classe trabalhadora, devido a condição de que "[...]deverá fazer algumas mudanças políticas para se manter crescendo de uma forma constante e bem estruturada" (E1, BRASIL).

5 CONCLUSÃO

No desenvolvimento das relações comerciais internacionais, evidencia-se um processo de transformação, ocasionando a facilidade de acesso e o estreitamento dos limites que separam os países em desenvolvimento dos desenvolvidos. Consequentemente, os países procuram de forma constante parcerias estratégicas na busca do progresso econômico.

No entanto, a ampliação das relações comerciais envolve questões socioeconômicas mundiais, resultando em um sistema internacional complexo em virtude dos inúmeros fatores que envolvem a negociação. Diante disto, ressalta-se a importância da busca por informações a respeito do ambiente que se pretende negociar. Deste modo, sobressai aquele que souber fazer o uso das informações obtidas e do poder que detém sobre o mercado, adquirido por meio das parcerias comerciais.

Desta forma, se faz evidente neste contexto de união, os países emergentes, que se encontram em pleno desenvolvimento econômico, impactando as relações econômica mundiais. Ganhando destaque à China, que nos últimos anos têm chamado atenção do mundo todo a respeito do seu crescimento, sua inserção e participação internacional.

O desenvolvimento chinês transformou-o na segunda potência econômica mundial e um participante relevante nas negociações, sendo o principal parceiro comercial de em média 120 países, fato relevante que proporciona crescimento das mais diversas regiões mundiais. No entanto, por outro lado, a ascensão que a China tem apresentado, origina simultaneamente, tanto pontos fortes, bem como pontos de deficiência a estes países que precisam ser compreendidas, em suma, nos fatores que tem ligação com o Brasil.

A partir deste contexto, o presente trabalho objetivou identificar a percepção de executivos internacionais perante a participação da China no contexto internacional.

Contemplando o primeiro objetivo específico do estudo, foi possível identificar o perfil e a experiência profissional dos executivos no mercado internacional, caracterizados pela participação igualitária de ambos os gêneros, apresentando ter experiência de vida e plena no mercado internacional, ocupando desde os cargos iniciais que compõem a estrutura organizacional, até os de níveis

mais elevados. No quesito conhecimentos: no idioma a língua predominante foi o Inglês, uma vez que o Espanhol também teve relevância, porém, apenas nos países da América Latina. Já a titulação: todos tiveram sua trajetória acadêmica, porém, somente alguns seguiram para uma especialização. Experiência com o mercado chinês: todos possuem ou já possuíram relação comercial com a China.

Relativo ao segundo objetivo específico visando destacar a percepção dos executivos internacionais perante a política externa da China verificou-se dois pontos dentro deste contexto, os “pontos forte” e os “pontos de deficiência”. Visto que, a China desempenha um papel muito importante no mercado internacional, pois tem uma política que almeja o crescimento, voltada para o futuro.

Desta forma, diante do seu gigantismo exerce grande influência nos fatores econômicos internacionais, devido, a política implantada pelo governo que permite o controle de todos os fatores que envolvem a comercialização e o investimento em seu país, dentre eles destaca-se: preço, taxas de câmbio, frete, impostos, bem como, os incentivos fiscais e a regulação da sua pauta exportadora (bens industrializados) e importadora (commodities). Por outro lado, o gigantismo chinês é visto como uma participação ameaçadora, uma vez que, fornece produtos com preço inferior aos do mercado interno, tornando-se um concorrente, impossibilitando o fortalecimento dos outros países, gerando o fator dependência aos outros mercados perante o seu.

Acerca do terceiro objetivo específico, apresentar as oportunidades e desafios da presença da China as negociações internacionais, constatou-se que as “oportunidades” que a China proporciona ao contexto internacional são puramente comerciais, devido a estrutura que governo implantou, dividida em três patamares para o desenvolvimento da economia: Investimento à educação, Combate a corrupção e Investimento em infraestrutura, tornando assim, um ambiente propício aos empresários com uma mão-de-obra abundante, barata e uma carga tributária menor, de investirem seu dinheiro no país para produzir parte ou a totalidade de seu produto.

Dentre os “desafios” detectou-se que estão ligados aos fatores socioeconômicos, permeando desde os aspectos: culturais, diferença dos padrões morais, baixo custo de produção em decorrência da mão-de-obra e dos incentivos governamentais, gerando uma concorrência desleal ao mercado interno.

Em relação ao quarto e último objetivo específico de, demonstrar as expectativas para o desenvolvimento da China para os próximos anos, expuseram-se que o país continuará crescendo, porém sob duas perspectivas: de um lado, ressaltam que o expansionismo será no mesmo ritmo, pois o país tem um potencial de desenvolvimento enorme, acerca da inovação e da tecnologia, tornando-se país de primeiro mundo. Entretanto, para manter-se crescendo de forma constante e bem estruturada deverá fazer algumas mudanças políticas no seu mercado interno, devido ao número de consumidores que possui com uma grande desigualdade entre a classe trabalhadora. No entanto, por outro lado, evidencia-se que a China continuará crescendo, porém em menor intensidade, devido a situação econômica mundial, a crise que estagna os seus parceiros comerciais, influencia diretamente a indústria chinesa.

A partir do tema e da análise da pesquisa de campo, conclui-se que não possui apenas uma resposta para pergunta da pesquisa (Qual a percepção dos executivos internacionais perante a participação da China no contexto internacional?), pois, sob as perspectivas dos executivos dos internacionais, a participação chinesa nas negociações envolve tanto pontos fortes, quanto pontos de deficiência, dependendo da visão em que se encontra o parceiro comercial.

Devido à acessibilidade junto aos executivos internacionais, o estudo limitou a uma amostra reduzida, havendo a necessidade de ampliação deste estudo. Assim, sugere-se que novos estudos sejam realizados em um universo maior, envolvendo outros executivos, com a participação da América Central, América do Norte, Europa, África e Oceania, possibilitando, assim, um maior entendimento da percepção de executivos internacionais perante a participação da China no universo internacional.

Finalizando este estudo monográfico, ressalta-se que o seu desenvolvimento, foi de grande importância e um desafio para acadêmica, uma vez que proporcionou a ampliação de seu conhecimento sobre diversos assuntos pertinentes a área de comércio exterior em especial sobre a participação de uma grande potência no contexto internacional.

REFERÊNCIAS

ACUFF, Frank L. **Como negociar qualquer coisa com qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo**. São Paulo: Senac, 1998.

ALBUQUERQUE, Marcos Cintra Cavalcanti de. **Introdução à teoria econômica**. São Paulo: McGraw-Hill, 1973.

APEX BRASIL. **China**: perfil e oportunidades comerciais. Estudo realizado pela Unidade de Inteligência Comercial e Competitiva da Apex-Brasil. BRASILIA, DF, 2011.

Disponível em:

<<http://www.crpbz.org.br/PortalUploads/Docs/700.pdf>>. Acesso em: 29 março 2017.

BARROS, Aidil Jesus Paes; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. **Fundamentos de metodologia científica**. 3 edição. São Paulo: Makron, 2007.

BATISTA, João Marcos. **A evolução da economia**: uma abordagem histórica sobre os principais modelos, teorias e pensadores. Artigo apresentado na Faculdade de Araguaia, 2012.

Disponível em:

<<https://www.fara.edu.br/sipe/index.php/renefara/article/viewFile/68/58>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

BAUMANN, Renato; GONÇALVES, Reinaldo. **Economia Internacional**. Teoria e experiência brasileira. 1 ed. Rio de Janeiro, 2015.

BITTAR, Fernando Shigueo Omoto; BASTOS, Livia Tiemi; MOREIRA, Vivian Lemes. **Reflexões sobre o empreendedorismo**: uma análise crítica na perspectiva da economia das organizações. Artigo indexado Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria, v. 7, Santa Maria, 2014.

Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/reaufsm/article/viewFile/7318/pdf>>.

Acesso em 19 nov. 2016.

BORNHOFEN, Denean; KISTENMACHER, Georgia Muller Peres. **Negociação internacional baseada na influência cultural**: Alemanha. Artigo indexado Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.1, 2007.

Disponível em: <<http://rica.unibes.com.br/index.php/rica/article/viewFile/33/28>>.

Acesso em: 25 out. 2016.

CARVALHO, Alex Moreira; MORENO, Eleni; BONATTO, Francisco Rogério de Oliveira; SILVA, Pereira da Silva. **Aprendendo metodologia científica**: Uma orientação para os alunos de graduação. 2 edição. São Paulo: O nome da rosa, 2000. Acesso em: 22 abril 2017.

CARVALHO, Francisco Bonadio de. **A importância do mercado de capitais**: considerações das teorias econômica e financeira. Monografia- Curso de Ciências Econômicas, Universidade Estadual paulista- Unesp, Araraquara, 2014.

Disponível em:

<<https://repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/124344/000829995.pdf?sequen>

[ce=1](#)>. Acesso em: 18 out. 2016.

CAVES, Richard E. **Corporações internacionais**: A economia industrial do investimento estrangeiro, Econômica, Vol. 38.1971.

CAVUSGIL, S. Tamer; KNIGHT, Gary; RIESENBERGER, John R.. **Negócios Internacionais**: estratégia, gestão e novas realidades. Pearson Prentice Hal: São Paulo, 2010.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro A.; SILVA, Roberto da. **Metodologia científica**. 6 edição. Prentice Hall Brasil: Brasil, 2006.

CHACHOLIADES, Milcíades. **Economia Internacional**. 2 ed. Colômbia: McGraw-Hill, 1992.

COZBY, Paul C. **Métodos de pesquisa em ciências do comportamento**. SÃO Paulo: Atlas, 2003.

DIEHLL, Astor; TATIM, Denise. **Pesquisa em ciências sociais aplicadas**: métodos e técnicas. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2004.

FIELD, JR. Alfred; APPLEYARD, Dennis R.; COBB, Steven L. **Economia internacional**. 6 ed. Nova Iorque: Mc Graw- Hill, 2008.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**. Fortaleza: UEC, 2002.

FREITAS, Carlos Eduardo de; COUTO, Joaquim Miguel; DANTAS, José Adalberto Mourão. **Testando a validade da teoria da compensação**: o impacto da maquinaria sobre o volume de emprego na indústria de transformação brasileira (2000-2009). Artigo indexado em revista da Universidade Federal de Juiz de Fora, Vol. 18, Minas Gerais; 2010.

Disponível em: <[file:///D:/Downloads/12920-60721-1-PB%20\(2\).pdf](file:///D:/Downloads/12920-60721-1-PB%20(2).pdf)>. Acesso em 18 março 2017.

FUCK, Marcos Paulo. **Teoria do desenvolvimento econômico**: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. Artigo indexado em revista Com ciência, 2004. Disponível em:

<<http://www.comciencia.br/resenhas/2004/08/resenha1.htm>>. Acesso em 18 nov.2016.

FUNDO MONETÁRIO INTERNACIONAL. **Consulta do produto interno bruto da China**. 2016a. Disponível em:

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/02/weodata/weorept.aspx?pr.x=86&pr.y=18&sy=2000&ey=2016&scsm=1&ssd=1&sort=country&ds=.&br=1&c=924&s=NGD P_RPCH&grp=0&a>. Acesso em: 26 março 2017.

GODOY, A. S. **Pesquisa Qualitativa**: tipos fundamentais. Revista de Administração de Empresas, v.35. São Paulo, 1995. Acesso em:

<file:///D:/Downloads/Godoy_1995_Pesquisa-qualitativa---tipos-f_12736.pdf>. Acesso em: 26 abril 2017.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 edição. São Paulo: Atlas, 2008.

GILPIN, Robert. **A economia política das relações internacionais**. Brasília: Editora UnB, 2002.

GONTIJO, Camila Martins Araújo. **Economia e comercio da China**. Resenha economia e comércio indexada em revista Conjuntura Internacional. PUC Minas, 2005. Disponível em:

<http://ws3.pucminas.br/imagedb/conjuntura/CNO_ARQ_NOTIC20050818094956.pdf?PHPSESSID=9d7e3f28e8b6c28ed9d210f5f722b108>. Acesso em: 24 março 2017.

GONÇALVES, Fábio Lampert Horta. **A evolução das relações comerciais entre Brasil e China de 1994 a 2014**. Artigo- Bacharel em Ciências Econômicas.

Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015. Disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/134836/Monografia%20do%20Fabio%20Lampert.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 01 abril 2017.

HIDALGO, Álvaro Barrantes; FEISTEL, Paulo Ricardo. **O intercâmbio comercial Brasil-China: a questão das vantagens comparativas**. Artigo indexado na Revista Análise Econômica. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Vol.30. 2012.

Disponível em <<http://seer.ufrgs.br/AnaliseEconomica/article/view/16464>>. Acesso em 29 março 2017.

HOLLENBECK, George P.; MCCALL, Morgan W. **Desenvolvimento de executivos globais**. Porto Alegre: Bookmann, 2003.

ILHÉU, Fernanda. **Curso de língua chinesa, cultura e dinâmica de negócios para empresários e gestores na china**. Instituto Superior de Economia e Gestão.

Lisboa, 2014. Disponível em:

<https://www.iseq.ulisboa.pt/aquila/getFile.do?method=getFile&fileId=440462&request_checksum=43db7d2e67708ed0d662752e76b5c121fb0fb48b>. Acesso em: 27 março 2017.

BRASIL. Ministério das Relações Exteriores MRE. 2016. **Consulta por Produto Interno Bruto da China**. Disponível em:

<<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2015. **Consulta por exportações da China**. Disponível em:

<<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2015. **Consulta por importações da China**. Disponível em:

<<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2015. **Consulta por saldo da balança comercial**. Disponível em:

<<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2014. **Consulta por destino das exportações da China**. Disponível em:

<<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2014. **Consulta por origens das exportações da China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2014. **Consulta por origens das importações da China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2014. **Consulta por composição das exportações da China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2014. **Consulta por composição das importações da China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2015. **Consulta por evolução do intercâmbio comercial Brasil- China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2015. **Consulta por corrente comercial Brasil- China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2014. **Consulta por participação do Brasil no comércio da China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. 2015. **Consulta por composição das exportações brasileiras para China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

_____. **Consulta por composição das importações brasileiras originárias da China**. Disponível em: <<http://www.investexportbrasil.gov.br/sites/default/files/publicacoes/indicadoresEconomicos/INDChina.pdf>>. Acesso em: 19 março 2017.

ITAMARATY, 2017. Informação sobre a conjuntura econômica internacional.

Consulta sobre perspectiva de crescimento da China. 2017a. Disponível em: <http://www.itamaraty.gov.br/images/Conj_Econom_SGEF/13-17.02-BOLETIM-Internacional-rev.pdf>. Acesso em: 01 abril 2017.

_____. Informação sobre a República Popular da China. **Consulta sobre relações bilaterais com o Brasil**. Disponível em: <<http://www.itamaraty.gov.br/pt-BR/ficha-pais/4926-republica-popular-da-china>>. Acesso em 08 abril 2017.

JAGUARIBE, Roberto. **Relatório de Gestão**. Senado Federal. 2017a. Disponível em <legis.senado.leg.br/mateweb/arquivos/mate-pdf/197562.pdf>. Acesso em: 01 abril 2017.

KEYNES, John Mainard. **Teoria geral do emprego, do juro e da moeda**. São Paulo: Atlas, 1992.

KURZ, Heinz D. & SALVADORI, Neri. **Theory of production: a long-period analysis.** Londres, Cambridge University Press, 1995.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia.** 7 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEÃO, Rodrigo Ferreira; PINTO, Eduardo Costa; SILVA, Luciana Acioli da. **A China na Nova Configuração Global.** IPEA: Brasília, 2011. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/agencia/images/stories/PDFs/livros/livros/livro_achinaglobal.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2016.

LUDOVICO, Nelson de. **Mercados e negócios internacionais.** Vol 6. São Paulo: Saraiva, 2012.

MALTHUS, Thomas Robert. **Um ensaio sobre o princípio da população.** Portugal: Europa-América PT, 1999.

MAÑAS, Antonio Vico. **Administrar negócios internacionais:** fatores contextuais e impactos sobre as organizações. Artigo indexado na revista de Administração. Centro Universitário Tereza D'Ávila- Fatea, vol. 2, 2009. Disponível em: <[file:///D:/Downloads/218-706-1-PB%20\(2\).pdf](file:///D:/Downloads/218-706-1-PB%20(2).pdf)>. Acesso em 01 abril 2017.

MARTI, Michael E. **A China de Deng Xiaoping:** O homem que pôs a China na cena do século XXI. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2007.

MARTINELLI, Dante P. **Negociação empresarial:** enfoque sistêmico e visão estratégica. Minas Gerais: Manole, 2002.

MARTINELLI, Dante P.; ALMEIDA, Ana Paula de. **Negociação e Solução de Conflitos.** São Paulo: Atlas, 1998.

MARTINELLI, Dante P.; VENTURA, Carla A. A.; MACHADO, Juliano R. **Negociação internacional.** São Paulo: Atlas, 2004.

MARTINS, Carlos Roberto. **Princípios de Economia.** 4 ed. São Paulo: Thomson, 2003.

MATTOS, Laura Valladão. **Alfred Marshall, o capitalismo e sua utopia social.** Artigo de desenvolvimento de pesquisa. Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico Tecnológico. São Paulo, 2010a. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ecos/v20n3/a07v20n3.pdf>>. Acesso em: 17 nov. 2016.

MIGUELI, Rosa Ferreira Di. **A problemática da dependência do Brasil em relação a China:** um estudo de caso. Artigo- Relações Internacionais. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <<http://cnm.ufsc.br/files/2013/09/Monografia-da-Rosa-di-Migueli.pdf>>. Acesso em 01

abril 2017.

MILLS, Harry A. **Negociação**: a arte de vencer. São Paulo: Makron Books, 1993.

MINGST, Karen; TOFT, Ivan M. Arreguin. **Princípios de relações internacionais**. 6 ed. Elsevier: Rio de Janeiro, 2014.

MORINI, Cristiano. **Negócios Internacionais**. Curitiba: IESD Brasil, 2008.

MORTATTI, Caio Marcos; BACCHI, Mirian Rumenos Piedade; MIRANDA, Sílvia Helena Galvão de. **Determinantes do comércio Brasil-China de commodities e produtos industriais**: uma aplicação do modelo VAR. Artigo (mestrado)- Economia, Universidade de São Paulo, 2011. Disponível em:
<<http://www.scielo.br/pdf/ecoa/v15n2/v15n2a07.pdf>>. Acesso em 20 nov.2016.

MOZZATO Anelise Rebelato; GRZYBOVSKI Denize. **Análise de conteúdo como técnica de análise de dados qualitativos no campo da administração**: potencial e desafios. Artigo indexado em revista da Anpad. Curitiba, 2011. Disponível em:
<<file:///D:/Documents/Comex.%207%20semestre/TC%20I/analise%20dos%20dados.pdf>>. Acesso em 06 maio 2017.

NEGRI, Fernanda de; COSTA, Katarina Pereira; NONNENBERG, Marcelo Braga; LEVY, Paulo Mansur. **O crescimento econômico e a competitividade chinesa**. Texto para discussão N 1333.Instituto de Pesquisa Aplicada. Rio de Janeiro, 2008. Disponível em:
<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_1333.pdf>. Acesso em: 02 nov. 2016.

OLIVEIRA, Fernanda Silvia; MORENO, Felipe Thiago; DEBERTIS, Mariane Bruzon; NALIN, André Luiz; FLORENCIO, Marcio Ferreira. **Teoria Keynesiana**. John Maynard Keynes. “O gênio de um artista rebelde”. Artigo- Ciências Contábeis. Universidade Paulista, Instituto de Ciências Sociais e Comunicações. [200-]. Disponível em:
<http://www.novosolhos.com.br/download.php?extensao=pdf&original=TEORIA%20KEYNESIANA.pdf&servidor=arg_material/959_1024.pdf>. Acesso em 19 março 2017.

PENNAFORTE, Charles; LUIGI, Ricardo. **China, o gigante do século XXI**. Influências, Perspectivas e Desafios no Mundo em Transformação. Copyright, 2009.

PEREIRA, Luiz Carlos B. **Os dois métodos da teoria econômica**. Artigo apresentado ao Encontro Nacional de Economia Política, Florianópolis, 2003. Disponível em:
<<http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/1941/TD127.pdf;jsessionid=944D551915785F37C0FDA2B69B8A0905?sequence=1>>. Acesso em: 12 nov.2016.

PINTO, Eduardo Costa; CINTRA, Marcos, Antonio Macedo. **China em transformação**: transição e estratégias de desenvolvimento. Artigo indexado no

Instituto de Pesquisa Aplicada (IPEA), Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2015.

Disponível em:

<http://www.ie.ufrj.br/images/pesquisa/publicacoes/discussao/2015/TD_IE_006_2015_CINTRA_PINTO.pdf>. Acesso em: 29 março 2017.

PRADO, Eleutério F. S. **Correntes Teóricas**: A ortodoxia neoclássica. Artigo publicado na Revista de Estudo Brasileiro de Economia e na Revista Estudos Econômicos. São Paulo, 2001. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142001000100003#not3> Acesso em: 22 nov.2016.

PUGA, Fernando Pimentel; FERREIRA, Francisco Marcelo Rocha; CASTRO, Lavinia Barros de; NASCIMENTO, Marcelo Machado. **O comércio Brasil-China**: situação atual e potencialidades de crescimento. Artigo de pesquisa do Banco Nacional do Desenvolvimento-BNDES, n. 104, Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <http://www.bnades.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bnades_pt/Galerias/Arquivo/s/conhecimento/td/td-104.pdf>. Acesso em: 21 nov. 2016.

RICARDO, David. **Princípios de economia política e tributação**. Série Os Economistas. São Paulo: Nova Cultural, 1996.

SAMPIERI, R. H; COLLADO, C. F; LUCIO, P. B. **Metodologia de pesquisa**. 3.ed. São Paulo: Mac Graw-Hill, 2006.

SANCHES, Lucio. **Introdução à economia**. Apostila de economia. Faculdade Pan Amazônica. Belém. [entre 2010 e 2017]. Disponível em: <http://www.fapanpr.edu.br/site/docente/arquivos/ECONOMIA_1.pdf>. Acesso em: 22 março 2017.

SILVA, Anielson Barbosa da; GODOI, Christiane Kleinübing; MELLO, Rodrigo Bandeira de. **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais**: Paradigmas, Estratégias e Métodos. 1. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.

SILVA, Aristides. **Economia Internacional**: Uma Introdução. São Paulo: Atlas, 1988.

SILVA, Lauriana Magalhães; VALADÃO, Marcos Aurélio Pereira. **Economia chinesa**: evolução e tendências. Artigo publicado em Revista do Mestrado em Direito da UCB, 2009. Disponível em: <[file:///D:/Downloads/2561-8446-1-PB%20\(3\).pdf](file:///D:/Downloads/2561-8446-1-PB%20(3).pdf)>. Acesso em: 22 nov. 2016.

SILVEIRA, Denise Tolfo; GERHARDT, Tatiana Engel. **Métodos de Pesquisa**. 1 ed. Artigo- Graduação Tecnológica– Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 18 nov. 2016.

SMITH, Adam. **Os Economistas**: Investigação Sobre sua Natureza e suas Causas. Editora Nova Cultural Ltda. São Paulo 1996.

SOUZA, Carlos Augusto da Silva; BARROS, Elizabeth Maciel. **A inserção chinesa no mercado internacional**. Artigo apresentado do 3º Seminário de Relações Internacionais Graduação e Pós-Graduação. Florianópolis, 2016. Disponível em: <[http://www.seminario2016.abri.org.br/resources/anais/23/1474741564_ARQUIVO_AINSERCAOCHINESANOMERCADOINTERNACIONAL\[1942810\].pdf](http://www.seminario2016.abri.org.br/resources/anais/23/1474741564_ARQUIVO_AINSERCAOCHINESANOMERCADOINTERNACIONAL[1942810].pdf)>. Acesso em: 20 nov. 2016.

SZMRECSÁNYI, Tamás. **Thomas Robert Malthus**. Coleção Grandes Cientistas Sociais nº 24, São Paulo: Ática, 1982.

TANG, Charles; BULHÕES, Fernando; DUZERT, Yann. **Negociando com a China: Estratégia e oportunidades- Uma perspectiva histórico- cultural**. Artigo indexado em Revista Eletrônica de Gestão Organizacional. Vol. 1, 2003. Disponível em: <<http://www.revista.ufpe.br/gestaoorg/index.php/gestao/article/viewFile/119/102>>. Acesso em: 25 março 2017.

TARTUCE, T. J. A. Métodos de pesquisa. Fortaleza: UNICE – Ensino Superior, 2006.

TUSCO, André Macedo. **Relações comerciais entre Brasil e China**. Monografia- Ciências Econômicas. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010. Disponível em: <<http://cnm.ufsc.br/files/2013/10/Andre-Tusco.pdf>>. Acesso em: 26 março 2017.

UNCTAD, 2015. **Consulta por entrada de Investimento estrangeiro direto por grupo da economia mundial**. Disponível em <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015_en.pdf>. Acesso em: 11 março 2017.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de coleta de dados no campo**. São Paulo: Atlas, 2009.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 8 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

VIEIRA, Berenice; PANOSSO, Carlos; VIANA, Débora; TREZ, Guilherme; ECHEVESTE, Simone. **Perfil do executivo no mercado globalizado**. Artigo indexado na revista de Administração Contemporânea, Vol.3. Curitiba, 1999. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/rac/v3n2/v3n2a09>>. Acesso em: 15 nov. 2016.

VILLELA, Eduardo V. M. **As relações comerciais entre Brasil e China e as possibilidades de crescimento e diversificação das exportações de produtos brasileiros ao mercado consumidor chinês**. Artigo Relações Internacionais, PUC, São Paulo, 2004. Disponível em: <<file:///D:/Documents/Comex.%206%20semestre/Material%20Projeto%20TC/art4.PDF>>. Acesso em: 08 abril 2017.

WORLD TRADE ORGANIZATION, 2015. **Consulta por evolução da corrente de comércio mundial**. Disponível em:

<<file:///D:/Documents/Comex.%206%20semestre/Material%20Projeto%20TC/participa%C3%A7%C3%A3o%20mundial%20no%20comercio%20internacional.pdf>>.

Acesso em: 13 março 2017.

_____. 2014. **Consulta por países exportadores e importadores de serviços.**

Disponível em:

<<file:///D:/Documents/Comex.%206%20semestre/Material%20Projeto%20TC/participa%C3%A7%C3%A3o%20mundial%20no%20comercio%20internacional.pdf>>.

Acesso em: 13 março 2017.

_____. 2014. **Consulta por países exportadores e importadores de mercadorias.** Disponível em:

<<file:///D:/Documents/Comex.%206%20semestre/Material%20Projeto%20TC/participa%C3%A7%C3%A3o%20mundial%20no%20comercio%20internacional.pdf>>.

Acesso em: 13 março 2017.

APÊNDICE

APÊNDICE A- Questionário aplicado junto aos executivos internacionais (versão português).



UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
Curso de Administração com Linha de Formação Específica em
COMÉRCIO EXTERIOR



ROTEIRO DE ENTREVISTA

O presente roteiro integra a pesquisa desenvolvida pela acadêmica Ramisia Machado de Souza Caetano e seu Professor Orientador Júlio César Zilli, que tem por objetivo: ***Identificar a percepção de executivos internacionais perante a participação da China no comércio internacional.***

Na busca de informações que possibilitem a elaboração do estudo monográfico e a conclusão do curso de graduação em Comércio Exterior pela UNESC, solicita-se a sua importante colaboração por meio da participação nesta pesquisa.

A PARTICIPAÇÃO DA CHINA NO COMÉRCIO INTERNACIONAL: UMA ANÁLISE A PARTIR DA ÓTICA DE EXECUTIVOS INTERNACIONAIS

PERFIL DOS EXECUTIVOS INTERNACIONAIS

1. Gênero

- ☐ Masculino
☐ Feminino

2. Idade

- ☐ De 20 a 25 anos
☐ De 25 a 30 anos
☐ De 30 a 35 anos
☐ De 35 a 40 anos
☐ De 40 a 45 anos
☐ De 45 a 50 anos
☐ De 50 a 55 anos
☐ De 55 a 60 anos
☐ De 60 a 65 anos
☐ De 65 a 70 anos
☐ Acima de 70 anos

3. País de origem (nacionalidade)

4. Formação acadêmica

- ☐ Ensino superior incompleto
☐ Ensino superior completo
☐ Mestrado incompleto
☐ Mestrado completo
☐ Doutorado incompleto

___ Doutorado completo

5. Formação acadêmica - Especializações realizadas em nível de MBA

6. Conhecimento de idiomas

___ Português

___ Espanhol

___ Inglês

___ Frances

___ Italiano

___ Alemão

___ Mandarim

Outro: Qual? _____

PERFIL DA EXPERIÊNCIA DOS EXECUTIVOS NO MERCADO INTERNACIONAL

7. Tempo de atuação profissional com o mercado internacional

___ De 5 a 10 anos

___ De 10 a 15 anos

___ De 15 a 20 anos

___ De 20 a 25 anos

___ De 25 a 30 anos

___ De 30 a 35 anos

___ De 35 a 40 anos

___ De 40 a 45 anos

___ Acima de 45 anos

8. Setores industriais com experiência no mercado internacional

___ Agroindustrial

___ Cerâmico

___ Metal mecânico

___ Vestuário

___ Químico

___ Móveis e Madeira

___ Máquinas e Equipamentos

Outro: Qual? _____

9. Cargo que exerce/exerceu com relação direta com o mercado internacional

___ *Trader*

___ Gerente de exportação

___ Gerente comercial

___ Diretor comercial

___ Superintendente

___ Presidente

Outro: Qual? _____

10. Mercados internacionais que possui experiência comercial

___ *América do Sul*

- ___ *América Central*
- ___ *América do Norte*
- ___ *Europa*
- ___ *Rússia*
- ___ *Ásia*
- ___ *Oceania*
- ___ *África*
- ___ *Oriente Médio*

11. Tempo de experiência com o mercado Chinês

- ___ *De 5 a 10 anos*
- ___ *De 10 a 15 anos*
- ___ *De 15 a 20 anos*
- ___ *De 20 a 25 anos*
- ___ *De 25 a 30 anos*
- ___ *De 30 a 35 anos*
- ___ *De 35 a 40 anos*
- ___ *De 40 a 45 anos*
- ___ *Acima de 45 anos*

PERCEPÇÃO DA PARTICIPAÇÃO DA CHINA NO CONTEXTO INTERNACIONAL

POLÍTICA EXTERNA

12. Qual a sua percepção perante a presença da China no contexto internacional?

13. Qual a sua percepção perante a participação do governo chinês no posicionamento do país internacionalmente (controle do câmbio, por exemplo)?

14. A China possui uma política fiscal e monetária articuladas para expansão de crédito, dirigidos para reativar a economia. Qual a sua percepção para este fato?

15. Como você visualiza a pauta exportadora e importadora da China?

16. O fato de a China ser a segunda maior economia mundial e a principal parceira comercial de 120 países poderia acarretar o fator dependência destes países perante a comercialização da China? Qual a sua percepção?

OPORTUNIDADES E DESAFIOS

17. Quais as principais oportunidades que o mercado chinês oferece no contexto internacional?

18. Quais os principais desafios enfrentados pela presença na China no mercado internacional?

19. Qual o posicionamento da China, oportunidades e os desafios enfrentados no o seu ramo de atuação?

DESENVOLVIMENTO E PERSPECTIVAS

20. Qual a sua percepção perante o impacto do custo de mão de obra chinês em relação ao mercado internacional?

21. As empresas de capital estrangeiro aumentaram significativamente sua importância na China, de tal modo com que, do ponto de vista do número de investimentos, as *joint-ventures* por ações, foram as que obtiveram maior predominância, no qual, os estrangeiros fornecem capital e know-how tecnológico de gestão; e os chineses, terras e força de trabalho. De um modo geral, quais seriam os principais fatores que fazem com que as empresas escolham investir na China?

22. Qual a sua percepção perante o desenvolvimento da China para os próximos anos?

APÊNDICE B- Questionário aplicado junto aos executivos internacionais (versão inglês).



UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
Curs de Administração com Linha de Formação Específica
em COMÉRCIO EXTERIOR



INTERVIEW SCRIPT

The present script integrate the research developed by academic Ramisia Machado de Souza Caetano and her professor advisor Júlio César Zilli, which has the purpose: ***Identify the perception of international executives towards the participation of China in international trade***

In search of information that enables the elaboration of monographic study and the conclusion of Exterior Trade graduation course by UNESC, it is requested its important collaboration by means of the participation in the

PARTICIPATION IN THE INTERNATIONAL TRADE: ANALYSIS FROM THE OPTICS OF THE CHINA'S INTERNATIONAL EXECUTIVE

INTERNATIONAL EXECUTIVES PROFILE

1. Genre

- ☐ Male
☐ Female

2. Age

- ☐ From 20 to 25 years old
☐ From 25 to 30 years old
☐ From 30 to 35 years old
☐ From 35 to 40 years old
☐ From 40 to 45 years old
☐ From 45 to 50 years old
☐ From 50 to 55 years old
☐ From 55 to 60 years old
☐ From 60 to 65 years old
☐ From 65 to 70 years old
☐ Above 70 years old

3. Nationality

4. Academic Formation

- ☐ Incomplete higher education
☐ Complete higher education
☐ Incomplete master's education

- ☐ Complete master's education
☐ Incomplete doctorate
☐ Complete doctorate

5. Academic formation - specialization realized in MBA level

6. Language knowledge

- ☐ Portuguese
☐ Spanish
☐ English
☐ French
☐ Italian
☐ German
☐ Mandarin

Other:

EXPERIENCE PROFILE OF THE EXECUTIVES IN INTERNATIONAL MARKET

7. Time of professional performance with international trade

- ☐ From 10 to 15 years
☐ From 15 to 20 years
☐ From 20 to 25 years
☐ From 25 to 30 years
☐ From 30 to 35 years
☐ From 35 to 40 years
☐ From 40 to 45 years
☐ Above 45 years

8. Industrial sectors with international market experience

- ☐ Agrobusiness
☐ Ceramic
☐ Mechanic metal
☐ Clothing
☐ Chemical
☐ Furniture and wood
☐ Machines and equipments

Other:

9. Job role that is exert/exerted in direct relation to international market

- ☐ *Trader*
☐ Exportation manager
☐ Commercial manager
☐ Commercial director
☐ Superintendent
☐ President

Other:

10. International markets that has commercial experience

- ___ South America
- ___ Central America
- ___ North America
- ___ Europe
- ___ Russia
- ___ Asia
- ___ Oceania
- ___ Africa
- ___ Middle East

11. Experience time with Chinese market

- ___ From 5 to 10 years
- ___ From 10 to 15 years
- ___ From 15 to 20 years
- ___ From 20 to 25 years
- ___ From 25 to 30 years
- ___ From 30 to 35 years
- ___ From 35 to 40 years
- ___ From 40 to 45 years
- ___ Above 45 years

PERCEPTION OF CHINA'S PARTICIPATION IN THE INTERNATIONAL CONTEXT

EXTERNAL POLICY

12. What's your perception towards the China presence in the international context?
13. What's your perception towards the Chinese government participation in the country positioning internationally (exchange control, for example)?
14. China has a fiscal monetary policy articulated to the expansion of credits, managed to reactivate the economy. What's your perception to this fact?
15. How do you visualize the China's exporter and importer rules?
16. The fact of China has been the second major world economy and the main commercial partner of 120 countries could entail the dependency factor of these countries towards of China's commercialization? What's your perception?

OPPORTUNITIES AND CHALLENGES

17. What are the main opportunities that Chinese market offers in the international context?
18. What are the main challenges faced for the Chinas presence in international market?
19. What's the positioning of China, opportunities and challenges faced in your business branch?

DEVELOPMENT AND PERSPECTIVES

20. What's your perception towards the impact of Chinese labor cost in relation to international market?

21. The companies of foreign capital increased significantly your importance in China, in such a way that, for the point of view of the numbers investment, the *joint-ventures* for actions, they got the major predominance, which in, the foreigners offers capital and technological know-how management; and the Chinese, lands, power of work. In a general way, what would be the main factors that make the companies to choose to invest in China?

22. What's your perception towards the development of China to the next years?

APÊNDICE C- Questionário aplicado junto aos executivos internacionais (versão espanhol).



UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC
Curso de Administração com Linha de Formação Específica
em COMÉRCIO EXTERIOR



ESQUEMA DE LA ENTREVISTA

La presente entrevista es parte la investigación desarrollada por la académica Ramisia Machado de Souza Caetano y su Profesor Orientador Júlio César Zilli, que tiene por objetivo: ***Identificar la percepción de los ejecutivos internacionales frente a la participación de China en el comercio internacional.***

Con el propósito de obtener informaciones que posibiliten la elaboración del trabajo monográfico de conclusión del curso de graduación en Comercio Exterior en la UNESC, se solicita su importante colaboración a través de su participación en la presente investigación.

LA PARTICIPACIÓN DE CHINA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL: UN ANÁLISIS A PARTIR DE LA ÓPTICA DE LOS EJECUTIVOS INTERNACIONALES

PERFIL DE LOS EJECUTIVOS INTERNACIONALES

1. Género

☐ Masculino

☐ Femenino

2. Edad

☐ De 20 a 25 años

☐ De 25 a 30 años

☐ De 30 a 35 años

☐ De 35 a 40 años

☐ De 40 a 45 años

☐ De 45 a 50 años

☐ De 50 a 55 años

☐ De 55 a 60 años

☐ De 60 a 65 años

☐ De 65 a 70 años

☐ Arriba de los 70 años

3. País de origen (nacionalidad)

4. Formación académica

☐ Superior Incompleto

☐ Superior Completo

- ☐ Maestría Incompleta
- ☐ Maestría Completo
- ☐ Doctorado Incompleto
- ☐ Doctorado Completo

5. Formación académica - Especializaciones realizadas a nivel de MBA

6. Conocimientos en idiomas

- ☐ Portugués
- ☐ Español
- ☐ Inglés
- ☐ Francés
- ☐ Italiano
- ☐ Alemán
- ☐ Mandarín

Otro: ¿Cuál? _____

PERFIL DE LA EXPERIENCIA DE LOS EJECUTIVOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL

7. Tiempo de actuación profesional con el mercado internacional

- ☐ De 5 a 10 años
- ☐ De 10 a 15 años
- ☐ De 15 a 20 años
- ☐ De 20 a 25 años
- ☐ De 25 a 30 años
- ☐ De 30 a 35 años
- ☐ De 35 a 40 años
- ☐ De 40 a 45 años
- ☐ Arriba de los 45 años

8. Sectores industriales con experiencia en el mercado internacional

- ☐ Agroindustrial
- ☐ Cerámico
- ☐ Metal mecánico
- ☐ Vestuario
- ☐ Químico
- ☐ Muebles y madera
- ☐ Máquinas y equipos

Otro: ¿Cuál? _____

9. Cargo que ejerce/ejerció en relación directa con el mercado internacional

- ☐ *Trader*
- ☐ Gerente de exportación
- ☐ Gerente comercial
- ☐ Director comercial
- ☐ Superintendente

___ Presidente

Otro: ¿Cuál? _____

10. Mercados internacionales en los que posee experiencia comercial

- ___ *América del Sur*
- ___ *América Central*
- ___ *América del Norte*
- ___ *Europa*
- ___ *Rusia*
- ___ *Asia*
- ___ *Oceanía*
- ___ *África*
- ___ *Medio Oriente*

11. Tiempo de experiencia en el mercado chino

- ___ *De 5 a 10 años*
- ___ *De 10 a 15 años*
- ___ *De 15 a 20 años*
- ___ *De 20 a 25 años*
- ___ *De 25 a 30 años*
- ___ *De 30 a 35 años*
- ___ *De 35 a 40 años*
- ___ *De 40 a 45 años*
- ___ *Arriba de los 45 años*

PERCEPCION DE LA PARTICIPACIÓN DE CHINA EN EL CONTEXTO INTERNACIONAL

POLÍTICA EXTERNA

12. ¿Cuál es su percepción sobre la presencia de China en el contexto internacional?

13. ¿Cuál es su percepción sobre la participación del gobierno chino y el posicionamiento a nivel internacional (como en el control del mercado cambiario, por ejemplo)?

14. China posee una política fiscal monetaria articulada para la expansión del crédito, dirigidos a la búsqueda de su reactivación económica. ¿Cuál es su percepción sobre este hecho?

15. ¿Cómo visualiza usted el plan exportador e importador de China?

16. El hecho de que China sea la segunda mayor economía mundial y el principal socio comercial de alrededor de 120 países, ¿podrían incurrir en una dependencia de esos países a causa de la comercialización china?, ¿cuál es su percepción?

OPORTUNIDADES Y DESAFIOS

17. ¿Cuáles son las principales oportunidades que el mercado chino ofrece en el contexto internacional?
18. ¿Cuáles son los principales desafíos enfrentados debido a la presencia de China en el mercado internacional?
19. ¿Cuál cree que es el posicionamiento de China, en referencia a las oportunidades e inclusive desafíos en su ramo de actuación?

DESARROLLO Y PERSPECTIVAS

20. ¿Cuál es su percepción frente al impacto del costo de mano de obra chino en relación al mercado internacional?
21. Las empresas de capital extranjero aumentaron significativamente su participación económica en China, de modo tal que, desde el punto de vista del número de inversiones, los *joint-ventures* por acciones, fueron los que obtuvieron mayor predominancia, en el cual, los inversionistas extranjeros ofrecen capital y know-how tecnológico de gestión; y los chinos, tierras y fuerza laboral. De un modo general, ¿cuáles serían los principales factores que hacen que las empresas decidan invertir en China?
22. ¿Cuál es su percepción frente al desarrollo de China para los próximos años?